

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS DO HOMEM
PÓS-GRADUAÇÃO EM COGNIÇÃO E LINGUAGEM

Daniel Barreto de Souza e Sá

TELESPECTADOR: O SENHOR DA COMUNICAÇÃO.

Campos dos Goytacazes

2008

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS DO HOMEM
PÓS-GRADUAÇÃO EM COGNIÇÃO E LINGUAGEM

Daniel Barreto de Souza e Sá

TELESPECTADOR: O SENHOR DA COMUNICAÇÃO.

Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem (CCH), da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UNF), como parte integrante dos requisitos do Mestrado em Cognição e Linguagem, para obtenção do Grau de Mestre em Cognição e Linguagem.

Linha de Pesquisa: Linguagem e Interações Sócio-Cognitivas – Contexto Humano e Tecnológico.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Henrique Medeiros de Souza

Campos dos Goytacazes

2008

FICHA CATALOGRÁFICA

Preparada pela Biblioteca do CCH / UENF

008/2009

S111

Sá, Daniel Barreto de.

Telespectador: o Senhor da Comunicação / Daniel Barreto de Souza e Sá -- Campos dos Goytacazes, RJ, 2008.
122 f.

Orientador: Carlos Henrique Medeiros de Souza
Dissertação (Mestrado em Cognição e Linguagem) – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Centro de Ciências do Homem, 2008.

Bibliografia: f. 66 – 70

1. Televisão; 2. Telespectador; 3. Comunicação; 4. Interatividade; 5. Audiência. I. Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. Centro de Ciências do Homem. II. Título.

CDD – 302.2

Daniel Barreto de Souza e Sá

TELESPECTADOR: O SENHOR DA COMUNICAÇÃO.

Dissertação apresentada ao Centro de Ciências do Homem (CCH), da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF), como parte integrante dos requisitos do Mestrado em Cognição e Linguagem, para obtenção do Grau de Mestre em Cognição e Linguagem.

Aprovado por:

Prof. Dr. Joel Ferreira Mello - Banca Examinadora
Centro Universitário Fluminense

Prof^a. Dr^a. Analice Martins - Banca Examinadora
Centro Federal de Educação Tecnológica de Campos

Prof. Dr. Carlos Roberto Pires Campos - Banca Examinadora
Centro Federal de Educação Tecnológica do Espírito Santo

Prof. Dr. Carlos Henrique Medeiros de Souza - Orientador
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro

Campos dos Goytacazes

2008

DEDICATÓRIA

Dedico esta dissertação a Deus que me deu vida, saúde e capacidade para vencer mais este desafio; ao Espírito Santo que renova minha fé e esperança; e a Jesus Cristo, meu amigo, minha vida, que morreu por mim naquela cruz. A Ele toda honra!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha esposa Isabela: meu amor, minha alegria. Obrigado por estar sempre ao meu lado, pelas palavras de sabedoria e por me fazer feliz todos os dias! Aos meus pais Renê e Lenice por terem me gerado, criado, educado e investido na minha carreira. Ao meu Professor Mário Galvão, pela compreensão, paciência, por todos os ensinamentos que jamais esquecerei e por ser uma lição de vida. Ao Professor Carlos Henrique, pela oportuna ajuda na reta final e por ter assumido minha orientação em substituição ao Professor Mário, que por motivos de saúde não pôde participar da minha defesa. Aos membros da banca examinadora e, em especial, ao caríssimo Professor Joel Mello, pelas mais lindas, carinhosas, respeitadas, emotivas e animadoras palavras que se pode ouvir de um ser humano. E a Deus, é claro, sem Ele nada seria possível.

EPÍGRAFE

“Não é a pesquisa que faz a audiência. A pesquisa apenas constata e determina sua composição. Então, a audiência é feita pelo público, quando decide o que quer ver, ouvir ou ler”. (Relatórios de audiência do IBOPE)

RESUMO

O estudo surge da constatação de que muitas teorias sobre a Televisão, principalmente as mais antigas, às vezes, parecem estacionárias ou conformistas, pois negligenciam o potencial transformador que está implícito na postura assumida pelos telespectadores e seus controles remotos. Durante muito tempo os estudiosos da comunicação se preocuparam com os efeitos que as mensagens veiculadas na TV poderiam causar nos telespectadores: o condicionamento provocado por sua utilização poderia conduzir o indivíduo a um comportamento passivo e a um tipo de alienação. Este trabalho visa a demonstrar que ao contrário do que se pensava, o público não tende a se alienar, mas a se posicionar frente às emissoras de TV, manifestando seu direito de escolha e condicionando a programação televisiva às suas preferências, fato este apontado nos índices de audiência fornecidos pelo IBOPE. Esta pesquisa trata a Televisão sobre um ponto de vista diferente do habitual, elegendo a relação entre as emissoras de Televisão e seus telespectadores como a questão central da discussão, cuja principal característica é o fenômeno da desmassificação, reafirmando, assim, a temática proposta, em que o telespectador é o senhor desta forma de comunicação.

PALAVRAS-CHAVE

Televisão; Telespectador; Comunicação; Audiência; Interatividade.

ABSTRACT

The study arises from the fact that many theories about the TV, especially the older, sometimes appear stationary or conformist, therefore neglect the transformer potential that is implicit in attitude by viewers and their remote controls. For a long time the scholars of the communication was preoccupied with the effects of the messages in the vehicle could cause the TV viewers: the conditioning caused by their use could lead the individual to a passive behavior and a kind of alienation. This work aims to demonstrate that contrary to what was thought the public tend not to sell, but in front of the TV broadcast expressing their right of choice and conditioning the television programation to their preferences, this fact was indicated in the rates of hearings provided by IBOPE. This research is about the TV on a different point of view the usual electing the relationship between TV broadcasters and their viewers as the central issue discussion whose main feature is the phenomenon of the desmassification reaffirming the theme proposal in which the viewer is the lord of the communication.

LISTA DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 – Total de Assinantes por Tecnologia – TV por Assinatura no Brasil ...</i>	<i>27</i>
<i>Gráfico 2 – Evolução no Número de Assinantes de TV por Assinatura no Brasil.</i>	<i>27</i>
<i>Gráfico 3 – Share de Audiência Nacional das Redes de Televisão em 2006</i>	<i>39</i>
<i>Gráfico 4 – Evolução do Share de Audiência Nacional das Redes de TV</i>	<i>41</i>
<i>Gráfico 5 – Investimento Publicitário no Brasil (em R\$ Bilhões).....</i>	<i>57</i>
<i>Gráfico 6 – Faturamento Bruto das Emissoras de TV Aberta por Região.....</i>	<i>58</i>
<i>Gráfico 7 – Demonstrativo Mensal de Faturamento Bruto por Meio (R\$ Milhões) 59</i>	
<i>Gráfico 8 – Percentual de Participação por Meio</i>	<i>59</i>

LISTA DE TABELAS

<i>Tabela 1 – Classificação Econômica Familiar</i>	20
<i>Tabela 2 – Índice Sociodemográfico Brasileiro</i>	25
<i>Tabela 3 – Resumo da penetração das mídias por classe social (%)</i>	26
<i>Tabela 4 – Resumo da penetração das mídias por faixa etária (%)</i>	26
<i>Tabela 5 – Perfil dos Telespectadores por sexo</i>	41
<i>Tabela 6 – Perfil dos Telespectadores por Classe Econômica</i>	41
<i>Tabela 7 – Termos Técnicos do IBOPE</i>	45
<i>Tabela 8 – Audiência das Telenovelas Brasileiras</i>	47
<i>Tabela 9 – SBT versus Record</i>	50
<i>Tabela 10 – Top Five de Audiência - SBT</i>	52
<i>Tabela 11 – Audiência dos Principais Programas: Globo, SBT e Record</i>	53
<i>Tabela 12 – Maiores Anunciantes do Brasil em 2006</i>	58
<i>Tabela 13 – Faturamento Bruto das Emissoras de Televisão</i>	58
<i>Tabela 14 – Grade de Programação da Rede Globo (SEG)</i>	71
<i>Tabela 15 – Grade de Programação da Rede Globo (TER)</i>	72
<i>Tabela 16 – Grade de Programação da Rede Globo (QUA)</i>	74
<i>Tabela 17 – Grade de Programação da Rede Globo (QUI)</i>	75
<i>Tabela 18 – Grade de Programação da Rede Globo (SEX)</i>	77
<i>Tabela 19 – Grade de Programação da Rede Globo (SAB)</i>	78
<i>Tabela 20 – Grade de Programação da Rede Globo (DOM)</i>	80
<i>Tabela 21 – Grade de Programação do SBT (SEG)</i>	81
<i>Tabela 22 – Grade de Programação do SBT (TER)</i>	82
<i>Tabela 23 – Grade de Programação do SBT (QUA)</i>	83
<i>Tabela 24 – Grade de Programação do SBT (QUI)</i>	85
<i>Tabela 25 – Grade de Programação do SBT (SEX)</i>	86
<i>Tabela 26 – Grade de Programação do SBT (SAB)</i>	87
<i>Tabela 27 – Grade de Programação do SBT (DOM)</i>	88
<i>Tabela 28 – Grade de Programação da Record (SEG)</i>	91
<i>Tabela 29 – Grade de Programação da Record (TER)</i>	92
<i>Tabela 30 – Grade de Programação da Record (QUA)</i>	93
<i>Tabela 31 – Grade de Programação da Record (QUI)</i>	94

<i>Tabela 32 – Grade de Programação da Record (SEX)</i>	95
<i>Tabela 33 – Grade de Programação da Record (SAB)</i>	96
<i>Tabela 34 – Grade de Programação da Record (DOM)</i>	97

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	14
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1. Ciência, Tecnologia e Existência	29
2.1.1. A Evolução da Linguagem até a Mediação Televisiva.....	29
2.1.1.1. Enfoque Científico	29
2.1.1.2. Enfoque Teológico	33
3. METODOLOGIA DA PESQUISA	38
3.1. Técnicas de Medição da Audiência	43
4. RESULTADOS DAS PESQUISAS	46
4.1. Televisão Democrática: o Poder da Audiência	46
4.1.1. Rede Globo.....	46
4.1.2. SBT.....	50
4.1.3. Record.....	53
4.2. O Senhor da Comunicação.....	55
5. CONCLUSÃO.....	62
6. REFERÊNCIAS.....	66
7. APÊNDICES.....	71
8. ANEXOS	99
Anexo 1. O consumo de mídia no Brasil.....	99
Anexo 2. A TV Digital e o Novo Celular do Presidente	100
Anexo 3. Lost e o Fim da TV	103
Anexo 4. E agora, Lombardi?	113
Anexo 5. Resposta do Fale Conosco do Ministério da Justiça	119
Anexo 6. Quero ser um Televisor	121
Anexo 7. SBT Condenado	122

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho é fruto de uma inquietação que se transformou em um objeto particular de estudo, depois em um projeto de pesquisa e, agora, toma forma de dissertação de mestrado.

A vasta teoria sobre a influência da Televisão e seu poder de massificar mensagens criou um tabu acerca do tema. Desde a Escola de Frankfurt, tais teorias, apresentadas durante décadas, quase sempre unilaterais, tendo como base científica predominante a análise crítica do próprio autor, concordam entre si no que tange à influência da Televisão sobre seus telespectadores. Esta unanimidade, ao menos aparente, começou a ser questionada quando os estudos de hábitos de consumo e audiência ganharam força no início dos anos noventa.

As pesquisas do IBOPE Mídia¹ provaram que, ao contrário do que se pensava, o público não tende a se massificar, mas a se fragmentar, a se particularizar, enfim, a se individualizar diante dos veículos de comunicação social. Alguns teóricos da comunicação, porém, principalmente os seguidores de Marshall McLuhan², ignoram estes e quaisquer outros dados que andem na contramão de suas concepções.

A partir dos estudos de McLuhan, a questão da comunicação foi colocada não no conteúdo das mensagens, mas na maneira como elas são transmitidas. Para o teórico, “o meio é a mensagem”, isto significa que os veículos de comunicação são capazes de deturpar as mensagens para alterar a perspectiva do público. A mensagem se apresentaria como secundária, uma vez que seria conduzida a partir dos interesses do meio que a comunica.

A temática proposta – Telespectador: o Senhor da Comunicação – surge de igual inquietação e desvela um novo viés sobre a relação interativa existente entre emissor e receptor, neste caso, entre a Televisão e seus telespectadores.

O assunto não está esgotado e o debate sobre a influência e o papel social da Televisão ainda não cessou, ao contrário, ampliam-se os argumentos e

¹ Pesquisa realizada no Brasil, em 2005, pelo IBOPE Mídia, em parceria com a Kantar Media Research (Inglaterra). Permite traçar um perfil completo do consumidor, integrando o que ele pensa, faz, consome e assiste. Este estudo, chamado de Target Group Index, é feito simultaneamente em mais de 50 países, o que possibilita análises comparativas entre mercados distintos. Envolve cerca de 16.000 entrevistas com pessoas de 12 a 64 anos.

² MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.

a fonte de estudos diante da possibilidade de contrapor o direcionamento das teorias existentes, analisando a questão não só da perspectiva do emissor, mas também e, principalmente, da perspectiva do receptor. Neste caso, que tipo de influência o telespectador teria sobre a grade programação das emissoras de Televisão? Em que medida a grade de programação televisiva é um reflexo dos desejos e anseios de seus telespectadores? Quem, afinal, é o senhor desta comunicação?

A importância desta pesquisa está na crítica a uma concepção teórica aceita e difundida por comunicadores sociais e teóricos da comunicação desde meados do século XX, em que os telespectadores tendem a adquirir, de forma passiva e alienada, os valores que lhes são impostos pelos editores de mídia, não exprimindo o que pensam, mas o que a indústria cultural quer que pensem. Como alternativa ao que está academicamente aceito, levanta-se a hipótese audiência molda o discurso, doravante, as emissoras de Televisão transmitem o que a maior parte dos telespectadores querem ver.

Esta pesquisa tem o objetivo de investigar, de forma geral, o processo interativo de emissão e recepção, compreendido pela relação existente entre as emissoras de Televisão e seus telespectadores. De forma específica, buscar nas mais relevantes obras e pesquisas, um embasamento teórico relevante sobre o fenômeno da desmassificação; avaliar os índices de audiência do primeiro trimestre de 2008, fornecidos pelo IBOPE Mídia; comparar as variações de audiência com as mudanças nas grades de programação das três maiores emissoras de Televisão do Brasil, a fim de compreender os motivos que levaram a tais alterações.

Trata-se, então, de uma pesquisa qualitativa descritiva e explicativa. Descritiva porque expõe as características do fazer televisivo, através da análise de dados (relatórios, gráficos, planilhas e tabelas) produzidos por renomados institutos de pesquisa. Explicativa porque identifica os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência do fenômeno da desmassificação, a luz da bibliografia apresentada.

Com o intuito de encontrar respostas e ampliar o debate, esta dissertação está esquematicamente distribuída em 5 partes. Esta primeira tem caráter

introdutório e visa a, por sua vez, informar ao leitor sobre a estrutura desta dissertação.

A segunda parte, intitulada de Marco Teórico, apresenta uma revisão teórica com base no que já foi escrito sobre o tema, sustentando as discussões desta pesquisa, discorrendo sobre pontos de vista convergentes e divergentes, de diferentes teóricos e pesquisadores.

Ainda no Marco Teórico, a evolução da linguagem é tratada como Ciência, Tecnologia e Existência. Trata-se uma abordagem de cunho sociológico; temática obrigatória quando a relação cognitiva entre Televisão e telespectador é o objeto de estudo, justamente porque as respostas estão na interação do veículo com a sociedade.

Em Metodologia da Dissertação (terceira parte) são apontadas as modalidades e as técnicas que compõem o desenho metodológico adotado para a pesquisa, incluindo a forma de coleta de dados e instrumentos de pesquisa utilizados, bem como as formas de tabulação dos dados e o procedimento de análise.

A quarta parte (Resultados e Discussão) traz as respostas encontradas para as problemáticas levantadas, cuja apresentação dos resultados inclui-se uma subparte para sua análise, intitulada de O Senhor da Comunicação.

A Conclusão, quinta e última parte textual, contempla a conquista objetivos e comprovação da hipótese ou, ao menos, afirmações elucidativas e homogêneas diante da diversidade e heterogeneidade da bibliografia utilizada/disponível.

2. MARCO TEÓRICO

O ano de 1817 marca o início de um processo de desenvolvimento do que, mais tarde, seria conhecido como sistema aberto de Televisão. Naquele ano, o cientista sueco Jakob Berzelius isolou o selênio, observando a fotossensibilidade deste elemento químico que desprendia elétrons quando exposto à luz. O primeiro televisor foi construído por G. R. Carey, em 1875, sem alcançar resultados práticos, a maior dificuldade estava na decomposição das imagens em suas cores primárias, para que os valores da infinita variedade de luz e sombra pudessem ser transmitidos à distância e reproduzidos. O alemão Paul Nipkow foi chamado de “o fundador da técnica de TV”, quando patenteou uma proposta de transmissão de imagens à distância em 1884.

A palavra Televisão foi inventada pelo francês Constantin Perskyi, em 1900. Vem da junção das palavras “*tele*” (longe em grego) e “*videre*” (ver em latim). Televisão foi o título da tese lida neste dia por Perskyi no Congresso Internacional de Eletricidade, em Paris. Descrevia um equipamento baseado nas propriedades fotocondutoras do selênio que transmitiria imagens a distância. Pouco a pouco, o novo termo substituiu os antigos telefoto, radiovisão e teletroscópio.

Em 1908, Campbell Swinton conseguiu demonstrar que a transmissão e a recepção ficariam melhores por meio do emprego de tubos de raios catódicos. Alguns anos mais tarde, o Russo naturalizado americano, Vladimir Zworykin, produziu o iconoscópio, a primeira câmara de Televisão do mundo e desenvolveu um sistema de Televisão mecânica. Finalmente, em 7 de setembro de 1927, o americano Philo Farnsworth apresentou a Televisão eletrônica.

Anos mais tarde, em 1935, quando a Alemanha colocou a primeira TV aberta no ar, até os dias atuais, a Televisão evoluiu. Por suas características audiovisuais e pela enorme capacidade de prender a atenção, a Televisão venceu as barreiras do tempo e da tecnologia, transformando-se numa importante ferramenta social, informando e instruindo, divertindo e entretendo seu público. A partir de então a Televisão iniciou sua trajetória, vindo a ser um eletrodoméstico indispensável nos lares de todo o mundo.

A Televisão fomentou uma inquietação em muitos pesquisadores de fenômenos sociais, não só pelo que exhibe em sua grade de programação, mas também pelo papel social que desempenha.

Hoje, essa evolução chega ao seu principal momento: a fase da transformação, na qual a TV evoluirá do sistema analógico para o digital. Agora é possível reconhecer que as teorias de décadas passadas são retardatárias frente à velocidade de transformação da TV. Um veículo que está em constante evolução deve ser analisado na mesma velocidade, ao passo que não existem teorias imutáveis, ainda mais quando se trata de Televisão.

As teorias de McLuhan, embora não viessem acompanhadas de sólidas e imparciais pesquisas, influenciaram a sociedade e a academia. A Televisão não é apenas “visão, som e fúria” como McLuhan dizia, mas um veículo de grande impacto na vida social moderna.

Com a utilização da Televisão, a concepção que os telespectadores teriam do mundo seria dominada pela imprensa, por meio de uma realidade deturpada, segundo os interesses da linha editorial dos veículos de comunicação. Após mais de dois séculos da morte de Montesquieu, a sociedade e a academia ainda acreditam que a imprensa é o quarto poder.

Neste contexto, o que dizer da imprensa, da informação, eram consideradas por tanto tempo como o "quarto poder", em oposição aos três poderes tradicionais – legislativo, executivo e judiciário – definidos por Montesquieu? Quarto poder que tinha por missão cívica julgar e aferir o funcionamento dos três outros... Pode-se ainda qualificá-lo deste modo? (RAMONET, 1999, p. 39).

A relação entre Televisão e telespectador tem evoluído com a mesma velocidade da mediação tecnológica, que permite essa comunicação. Com o advento da TV Digital, a programação não será mais moldada pela massa, mas pelos indivíduos, tornando-se personalizável, de modo que cada um assistirá ao que quiser e na hora que quiser.

Neste âmbito, não importa discutir a participação de menores nas telenovelas ou a baixaria apresentada em programas populares, como Pânico na TV, Zorra Total, Domingo Legal (Gugu Liberato), Show do Tom (Tom Cavalcante), Pop Star (Luciana Gimenez), entre outros. Parece não existir limite na busca pela

audiência. Contudo, o que importa para a análise é que esses programas exibem o que a maior parte da população brasileira prefere e quer ver, pois, aparentemente, personificariam seus anseios mais profundos, por isso dão audiência.

Existe uma dificuldade fundamental na origem da degradação da Televisão. O nível baixou porque, para manterem a audiência, as redes de Televisão sentiram-se obrigadas a produzir cada vez mais programas sensacionalistas. Ora, o sensacionalismo raramente é bom. (POPPER, 1999, p. 17)

Wagner Bezerra, autor do livro *Manual do Telespectador Insatisfeito*, não consegue acreditar que programas de baixaria sejam preferência nacional: “a audiência não significa, por exemplo, que em pleno horário nobre, na hora do jantar, a maioria dos telespectadores e suas famílias estejam excitadas esperando programas recheados de sexo e violência” (p. 31). Na mesma página ele lembra que é possível obter audiência sem apelar para a vulgaridade:

Já foi provado que é possível produzir programas de qualidade, com forte apelo popular, sem ter de lançar mão da vulgaridade hoje encontrada em programas ditos populares. Tomemos como exemplo a minissérie *O Auto da Compadecida* exibida pela Rede Globo, que aferiu altos índices de audiência ofertando à população a cultura nordestina numa adaptação para TV do texto do poeta Ariano Suassuna.

O grande poder de atração, a facilidade de sua utilização e a rapidez com que transmite informações fazem da Televisão um instrumento privilegiado de comunicação social. Produzida e difundida segundo técnicas cada vez mais sofisticadas, a Televisão impôs novos hábitos de consumo, difundiu normas de comportamento e tem sido influenciada pela maior parte do seu público para compor a programação. Suas transmissões revelam uma poderosa ilusão de fantasia, a qual a realidade se funde com a ficção e o irreal toma a dimensão da realidade.

As pessoas que se deixam violentar pela Televisão nem sempre possuem um nível de formação e de maturidade suficiente para estabelecerem a distinção entre a realidade e a ficção. (p. 28) [...] as crianças, enquanto usufruem desse aspecto de diversão da Televisão, têm muita dificuldade em distinguir a realidade da ficção, devido à compreensão limitada que possuem do mundo. (POPPER, 1999, p. 37)

Saber discernir entre ficção e realidade não está ao alcance de todos. As classes sociais mais pobres (Tabela 1), os analfabetos, os semi-analfabetos, todos que não tiveram acesso à educação e, principalmente, as crianças, certamente, possuem maior dificuldade de distinguir entre a realidade e a ficção.

Tabela 1 – Classificação Econômica Familiar

CLASSIFICAÇÃO	DISTRIBUIÇÃO	RENDA MÉDIA (Salário Mínimo = R\$240,00)
A1 + A2	10%	19,2 SM
B1+ B2	26%	7,6 SM
C	38%	3,2 SM
D	24%	1,7 SM
E	2%	1,0 SM

Fonte: IBGE, 2007.

Uma família de São João do Meriti, estado do Rio de Janeiro, é a prova viva da falta de discernimento das crianças frente à TV. Influenciado por um número de mágica, um menino de dez anos ateou fogo a seu irmão, de nove anos, tentando imitar o mágico ilusionista que ateava fogo a seu próprio corpo. A emissora está sendo processada e o menino que teve 25% do corpo queimado, ainda enfrenta seqüelas, como cicatrizes e dificuldades para andar³.

A equipe do psicólogo Albert Bandura demonstrou que, após assistir a um filme de um adulto batendo num boneco, meninos e meninas imitavam de forma idêntica o que viam e ainda inventavam novas maneiras de acertá-lo enquanto repetiam em voz alta as palavras que o modelo dizia na TV. Assim, essa importante habilidade de aprender observando podia se converter numa ameaça dependendo do que fosse apresentado às crianças. (ACOSTA-ORJUELA, 1999, p. 109)

O Governo Federal chegou a cogitar a volta da censura, ou pelo menos, uma reorganização da grade das emissoras, definindo novos horários para os programas. O Ministério da Justiça (MJ) deu o primeiro passo regulamentando a

³ Segundo matéria publicada no jornal O Dia (Rio de Janeiro-RJ), em 19 de outubro de 2005. Vide Anexo 7.

Classificação Indicativa⁴ dos programas de TV. Após consulta pública, o MJ categorizou todos os programas oferecidos pela TV aberta do Brasil. Com isso, famílias, emissoras e sociedade, em geral, têm mais facilidade em saber as faixas etárias e horários recomendadas para a exibição de cada programa. Mas é preciso ter cuidado para não se fazer censura, pois o direito de se expressar é um princípio áureo, garantido pela Constituição Federal "é livre a manifestação do pensamento, sendo vedado o anonimato". (Constituição Federal – art 5º parágrafo 4º).

Ilustração 1 – Classificação Indicativa



Fonte: Ministério da Justiça, 2007.

O Ministério da Justiça trouxe a tona o antigo debate sobre a alteração da grade de programação das emissoras de TV aberta, obrigando esse ou aquele programa a serem exibidos apenas num determinado horário. Por exemplo,

⁴ A Classificação Indicativa é uma atividade prevista na Constituição, na Lei 8.069/90 (Estatuto da Criança e do Adolescente) e na Lei 10.359/01. A Portaria 796, de setembro de 2000, estabeleceu alguns critérios para a classificação de programas de Televisão.

programas com cenas impróprias para menores de idade deveriam ser exibidos apenas à noite, quando se imagina que os pais já estejam em casa e possam determinar ou não o que a criança irá assistir. Outra opção seria a implementação do *V-Chip* no Brasil.

O dispositivo chamado "*V-Chip*" (*Violence Chip*) apresenta-se como uma solução quase milagrosa para o drama de pais que pretendem controlar o que seus filhos assistem. O aparelho foi desenvolvido para permitir o bloqueio de programação indesejada. Nos Estados Unidos, desde o ano 2000, boa parte dos aparelhos televisores vendidos no mercado traz o mecanismo instalado. (VIVARTA, 2004, p. 322)

Tudo depende da forma de interpretação. Todos concordam, ou uma grande parte, que alguns filmes ou determinados quadros com mulheres nuas, por exemplo, devem ter um horário específico. Mas, nem sempre, o que uma pessoa julga ser obsceno é para outra. Ao ver a mesma cena, as reações variam de pessoa para pessoa.

Alguns assassinos se justificam, durante seus julgamentos, dizendo que só praticaram tais atos porque haviam sido influenciados pela violência apresentada nos filmes, novelas ou desenhos animados. Antes de responsabilizar as emissoras de Televisão ou os estúdios de Cinema é preciso levar em consideração as outras pessoas que viram a mesma obra de ficção e não cometeram nenhum crime, sem contar que um criminoso, mesmo que inconscientemente, precisava de uma desculpa, uma justificativa.

As cenas de violência sempre estiveram no dia-a-dia da sociedade. O próprio Cristo foi chicoteado, despido, humilhado e covardemente assassinado diante de uma multidão, que, inflamada pelos sacerdotes, gritava: - crucifique-o!

Hoje, os crimes são caso de polícia, mas, alguns deles, dependendo do lugar e das pessoas envolvidas, podem virar caso de Televisão ou de Cinema. Em São Paulo, núcleo do jornalismo nacional, um pai e uma madrasta põem fim a vida de uma criança⁵. Um crime como o assassinato dessa criança causa comoção social e transforma-se numa novela da vida real. Casos como esse ampliam a audiência dos telejornais e podem gerar alterações na grade de

⁵ Segundo consta no Relatório Final apresentado pela Polícia de São Paulo, do dia 2 de maio de 2008, relativo ao "Caso Isabela".

programação, uma vez que algumas emissoras acabam por ampliar a cobertura do caso.

Casos como esse não são tratados de forma sintética ou resumida, mas sim, dilatada e ampliada, o que contrapõe o questionamento de Pierre Lévy: “seria ainda necessário, para se manter atualizado, recorrer a esses especialistas da redução ao menor denominador comum que são os jornalistas clássicos?” (1999, p. 188).

Ninguém comete uma barbárie, uma brutalidade contra outro ser humano se for perfeitamente normal. Quase sempre há, por trás, uma família violenta, um círculo de amizades perigosas, o uso de entorpecentes, uma ambição exacerbada, um distúrbio mental, etc. O processo educativo e/ou a sociedade falharam, em algum ponto.

Mais que um problema da Televisão, a violência, a prostituição, o homossexualismo, o lesbianismo, a pedofilia, a má distribuição de renda, etc. são problemas sociais maiores do que os apresentados na Televisão. Suas causas, efeitos e possíveis soluções passam por discussões mais amplas e complexas e exigem mudanças drásticas no comportamento dos governantes e da sociedade.

Discutindo o papel da TV na sociedade, acaba-se por desviar o foco para as armadilhas da banalização, vulgaridade, obscenidade, lixo cultural, etc. Se a conjuntura social fosse outra, se o Brasil fosse um país mais igual e se a educação fosse uma prioridade, certamente veríamos outro tipo de conteúdo sendo exibido nos aparelhos de TV espalhados pelo país.

Dizer que na Televisão só existe banalidade é um duplo equívoco. Em primeiro lugar, há o erro de considerar que as coisas são muito diferentes fora da Televisão. O fenômeno da banalização é resultado de uma apropriação industrial da cultura e pode ser hoje estendido a toda e qualquer forma de produção intelectual do homem. Exemplo particularmente sintomático desse fenômeno é a transformação das livrarias, tradicionais pólos de encontro das camadas intelectuais, em supermercados da cultura, especializados em *best sellers* e digestivos, para onde corre um público de massa que lota seus carrinhos de compra com uma subliteratura de consolo e manuais de auto-ajuda. Não é muito diferente o que acontece no Cinema, hoje largamente infectado pelos *blockbusters* de Hollywood e voltado prioritariamente para a produção de descartáveis para as salas de exibição em *shopping centers*. Por que deveria a Televisão pagar sozinha pela culpa de uma mercantilização generalizada da cultura? (MACHADO, 2000, p. 9)

Nesse contexto, as Tevês Educativas seriam a solução? Suas programações são feitas com extremo cuidado e supervisionadas pelos mais conceituados profissionais da área de educação. Pode-se dizer que seus programas agradam a todos os que, de alguma forma, buscam uma programação alternativa e seleta, rica em conhecimento. O público desses canais é relativamente pequeno, se comparado a gigantes como Globo, Record, SBT, Bandeirantes, contudo, considerando a baixa variação dos índices de audiência, é absolutamente fiel.

Canais com fins educativos, principalmente num país que tem a educação como um de seus problemas mais agudos, merecem todo o incentivo e apoio, porém é uma utopia achar que todas as outras emissoras, mesmo com a regulamentação da Classificação Indicativa⁶, serão assim um dia.

“O cidadão se angustia: por que é que a qualidade da Televisão descambou desse jeito? Eu respondo: porque o dono não toma conta. E quem é o dono? O dono é ele mesmo, o cidadão. Ele só não sabe que é o dono”. (BUCCI, 2004, p. 316)

Na Constituição Brasileira, no 5º Parágrafo, do Artigo 221, está definido que é atribuição das emissoras de Rádio e Televisão, enquanto detentoras de concessões públicas, dar preferência, em suas produções e programações, a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. Infelizmente, parece não ser isso, com base nos índices de audiência, que a maior parte dos brasileiros quer ver ou ouvir.

Há mais um aspecto que transforma o contexto da mídia brasileira em um campo minado: a grande quantidade de parlamentares que são proprietários de veículos de comunicação. Não bastasse o risco de manipulação dos conteúdos com fins políticos-partidários, esta condição certamente explica as dificuldades, há pouco citadas, em se fazer com que os princípios ligados à regulação do setor de comunicações finalmente saiam do papel, onde jazem desde 1988. (VIVARTA, 2004, p. 319)

⁶ No Anexo 5, Celva Reis, Supervisora Geral de Classificação Indicativa, fala sobre o programa Big Brother Brasil.

Se a Televisão fosse obrigada a só exibir programas educativos, aqueles que fazem dela o que ela é – os consumidores de conteúdo – continuariam lendo, ouvindo ou assistindo a conteúdos de igual ou pior qualidade, só que na Internet. Hoje, independente do que estiver sendo exibido nas emissoras de TV, o internauta, protegido pelo anonimato, produz e consome todo o tipo de conteúdo, a qualquer hora do dia ou da noite. Com efeito, a banalidade e a pornografia ganham contornos ainda mais dramáticos e potencializados na rede mundial de computadores.

O IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), por meio do IBOPE Mídia, realiza pesquisas sobre audiência e consumo constatando e divulgando, em tempo real, informações sobre o comportamento dos telespectadores para agências de publicidade, profissionais de marketing e veículos de comunicação que assinam o sistema. O aparelho de medição utilizado, chamado de *peoplemeter*⁷, é colocado em residências de famílias escolhidas por amostragem, em conformidade com o perfil sócio-demográfico do universo pesquisado, neste caso, o Brasil. Assim é possível ter uma medição automática da audiência.

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2007, a população brasileira já passava de 189 milhões⁸, sendo 54 milhões de domicílios⁹, dos quais 49 milhões possuíam televisores¹⁰, 90,5% do total, conforme Tabela 2.

Tabela 2 – Índice Sociodemográfico Brasileiro

POPULAÇÃO 2007	DOMICÍLIOS 2003	POPULAÇÃO URBANA 2003
189 milhões	54 milhões	157 milhões

Fonte: IBGE, 2007.

⁷ Aparelho colocado nos televisores de famílias escolhidas sob a forma de amostragem. Configura-se como um sistema eletrônico de aferição de audiência individual de Televisão.

⁸ Fonte: IBGE - estimativa para o dia 1º de julho de 2007.

⁹ Fonte: IBGE PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) 2003. Projeção do Grupo de Mídia para 2006.

¹⁰ Fonte: IBGE PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) 2003. Projeção do Grupo de Mídia para 2006.

A Televisão é o veículo de comunicação de maior poder de penetração e absorção dentre todos os existentes. No Brasil, por exemplo, 98% dos domicílios têm acesso a essa mídia (Tabela 3). Aos demais, ainda resta a possibilidade de assistir TV em espaços públicos como rodoviárias, metrô, aeroportos, bares, etc.

Tabela 3 – Resumo da penetração das mídias por classe social (%)

FAIXA	TV	TV PAGA	RÁDIO	REVISTA	JORNAL	CINEMA	INTERNET
A1	99	72	89	79	81	49	77
A2	98	59	88	73	74	41	70
B1	99	42	89	64	69	31	56
B2	98	28	89	55	60	19	39
C	98	11	88	41	45	8	17
D	96	3	83	28	25	3	6
E	87	1	78	19	15	1	2

Fonte: Ipsos-Marplan, 2006.

Atualmente, existem mais de 74 milhões de aparelhos de Televisão em uso no Brasil. Aos telespectadores não lhes é exigido pré-requisito para consumir a programação televisiva, pois o conteúdo é predominantemente acessível a todos aqueles que podem ver e/ou ouvir, independente de faixa etária (Tabela 4). Então, a Tevê, por não ter uma natureza excludente, possui intrínseca ligação com a comunidade na qual está inserida.

Tabela 4 – Resumo da penetração das mídias por faixa etária (%)

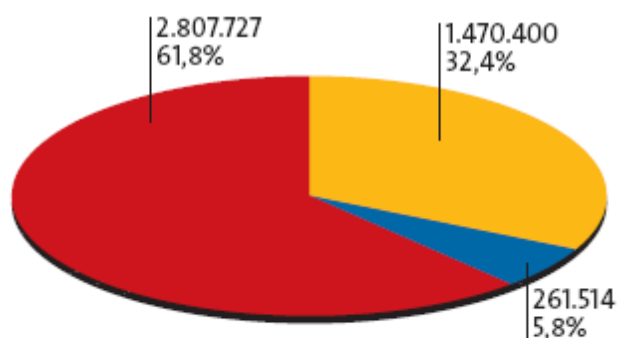
FAIXA	TV	TV PAGA	RÁDIO	REVISTA	JORNAL	CINEMA	INTERNET
10/14 anos	99	21	88	67	81	17	34
15/19 anos	99	26	92	60	47	31	52
20/29 anos	98	24	91	53	54	22	39
30/39 anos	98	16	88	42	50	10	22
40/49 anos	96	16	87	37	49	8	18
50/64 anos	97	21	83	33	48	6	14
65 e +	95	15	74	22	39	3	4

anos							
------	--	--	--	--	--	--	--

Fonte: Ipsos-Marplan, 2006.

A TV Paga tem crescido anualmente no Brasil. Em 2006, o número total de assinantes já ultrapassava 4 milhões¹¹ (Gráfico 2). Estudos do instituto de pesquisa Ipsos-Marplan Media Research (2006) apontam que 18% dos brasileiros têm acesso à TV por assinatura (Gráfico 1).

Gráfico 1 – Total de Assinantes por Tecnologia – TV por Assinatura no Brasil



Cabo

Satélite

MMDS

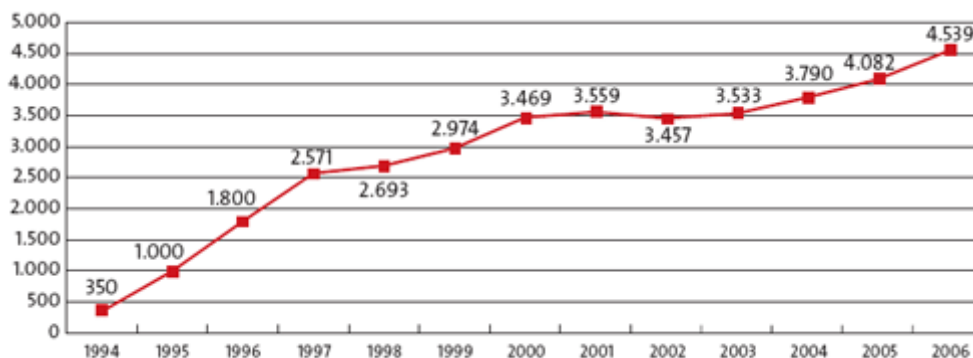
PENETRAÇÃO DE TV POR ASSINATURA

POPULAÇÃO	12%
CLASSE AB	32%
GRANDE SÃO PAULO	15%

Fonte: Pay TV Survey, 2006.

Gráfico 2 – Evolução no Número de Assinantes de TV por Assinatura no Brasil

¹¹ Fonte: Pay TV Survey (PTS), Março de 2006.



Fonte: Pay TV Survey, 2006.

A expressividade dos números que dimensionam a grandeza da Televisão no país demonstra que ela vai além de um aparelho emissor em sintonia com um aparelho receptor. As teorias e os debates que envolvem o tema não servem apenas para ampliar o entendimento sobre o veículo, mas para aumentar sua representatividade. O ponto central da pesquisa está diretamente relacionado às palavras de Nelson Hoineff em *A Nova Televisão*.

A velha Televisão morreu e uma nova Televisão acaba de nascer. Os responsáveis pela morte de uma e pelo nascimento de outra são os mesmos: a revolução das tecnologias de distribuição de sinais e o desenvolvimento dos processos de digitalização. A primeira permitiu que os poucos canais com que o público se acostumou durante mais de quarenta anos de repente se multiplicassem, transformando-se em dezenas, centenas de opções diferenciadas. A segunda abriu espaço para que todos estes canais pudessem trafegar; reestruturou os mecanismos de produção e criou condições para que a Televisão respondesse efetivamente ao comando do espectador, passando a ser programada por ele, em vez de programá-lo. (HOINEFF, 2001, p. 15).

Quando decide o que vê na Televisão, quando elege as experiências que vão merecer atenção e esforço de interpretação, quando discute, apóia ou rejeita determinadas políticas de comunicação, o telespectador contribui para uma construção diária da programação da Televisão. O que este veículo é ou deixa de ser, não é, portanto, uma questão indiferente às atitudes de seus telespectadores (MACHADO, 2000, p. 9).

2.1. Ciência, Tecnologia e Existência

2.1.1. A Evolução da Linguagem até a Mediação Televisiva ¹²

2.1.1.1. Enfoque Científico

Uma das vertentes mais aceitas no conhecimento científico atual diz que uma grande explosão deu origem ao Universo. Há 4 bilhões de anos, o planeta Terra estava infestado por vulcões, meteoritos e tempestades intermináveis. Na água, moléculas de carbono deram início ao ciclo de formação das primeiras formas de vida. Os peixes se multiplicaram e os de nadadeira grossa buscaram espaço em terra. As nadadeiras viraram pernas e patas, quando estes animais começaram a ter vértebras. Dessa evolução, surgem os dinossauros e, após sua extinção, a Terra passa a ser dominada por mamíferos, entre os quais, estão os primatas. Então, há 8 milhões de anos, surgia uma espécie de primata chamada *Australopithecus*. De lá para cá os primatas evoluíram (*Homo Habilis*; *Homo Erectus*; *Homo Heidelbergensis*; *Homo Neanderthalensis*; *Homo Sapiens*) a ponto de serem considerados os antecessores do Homem.

Desde os primeiros registros da civilização humana, o homem tenta decifrar o mistério que envolve sua origem e a do cosmos, para o quê a atribuição ao sobrenatural ou ao divino era sempre a explicação mais recorrente. Os filósofos gregos, em meio a uma cultura do mito, tentaram encontrar razões ou lógica para essas questões. Contudo, a ciência, hoje, aceita a Teoria da Evolução, sugerida por Darwin, em seu livro *A Origem das Espécies*, de 1859. Já faz 172 anos que Darwin desembarcou no Arquipélago de Galápagos e sua teoria continua ganhando força dentre os cientistas e acadêmicos.

Considerando que o homem evoluiu do macaco, a evolução da linguagem segue paralela à evolução do homem. Quando o homem começa a pensar, ele começa a desenvolver técnicas de caça, criando as primeiras armas, como lanças e flechas. Cria ferramentas e técnicas de cultivo. Para isso, era preciso interação, o homem precisava se comunicar. Neste momento, a linguagem surge como instrumento fundamental para a evolução do homem.

Os gestos constituíram a primeira forma de linguagem. A informação gestual se perdia no tempo e no espaço. A necessidade de registrar as

¹² Artigo Científico apresentado pelo autor no VIII Congresso Latino-americano de Humanidade.

informações fez o homem criar símbolos e desenvolver formas de grafar figuras nas rochas e paredes das cavernas. Esta forma de comunicação é conhecida como rupestre.

Para o homem primitivo, a palavra possuía a força mágica de interferir e de controlar as forças da natureza. Esses sons, inicialmente, sem muita estruturação lingüística, passam por mudanças e transformações que aos poucos vão tomando corpo. A repetição do mesmo som (grunhidos) associa-se a uma realidade e se transforma em um nome. Ao dar nome às coisas da natureza, o homem passa a discriminá-las, diferenciá-las e a identificá-las como suas.

Quando a expressão oral, aqui entendida como som, inicialmente copiada da natureza, passa para a função semântica (significado), entra no campo do logos, adquirindo força e estabelecendo o princípio do universo e o princípio do conhecimento. A lógica encontra campo fértil para se instalar quando a linguagem se concretiza na palavra (signo lingüístico completo, com significado, significante e signo). Com a palavra, o pensamento começa a ser organizado e orientado.

Uma palavra não se refere a um objeto simples, mas a um grupo ou uma classe de objetos e, por conseguinte, cada palavra é já de si uma generalização. A generalização é um ato verbal de pensamento e reflete a realidade numa forma totalmente diferente da sensação e da percepção. Esta diferença qualitativa se encontra implicada na proposição segundo a qual há um salto qualitativo não só entre a total ausência de consciência (na matéria inanimada) e a sensação, mas também entre a sensação e o pensamento. Temos todas as razões para supor que a distinção qualitativa entre a sensação e o pensamento é a presença no último de um reflexo generalizado da realidade, que é também a essência do significado das palavras e de que, por conseguinte, o significado é um ato de pensamento no sentido completo da expressão. Mas, simultaneamente, o significado é uma parte inalienável da palavra enquanto tal, pertencendo, portanto, tanto ao domínio da linguagem como fazendo parte do discurso humano. Como o significado das palavras é, simultaneamente, pensamento e linguagem, constitui a unidade do pensamento verbal. (VIGOTSKI, 1989, p. 9).

Surge a Era da Fala e da Linguagem, o conhecimento era um privilégio dos sábios, via de regra a pessoa mais velha da tribo deveria armazenar informações durante toda sua vida e repassar aos mais novos. Os povos antigos buscavam meios para registrar a linguagem oral. No começo, isso se fazia com signos e símbolos. À medida que o conhecimento humano foi se desenvolvendo, tornou-se necessário o desenvolvimento da escrita. Depois, desenvolveram-se

elementos ideográficos, nos quais o símbolo representava não só o objeto, mas também idéias e qualidades associadas a ele. A escrita incorporou elementos fonéticos, isto é, signos que representavam determinados sons.

O desenvolvimento das civilizações e das línguas escritas fez surgir também a necessidade de comunicar-se à distância, de forma regular, a fim de facilitar o comércio entre diferentes nações e impérios. O alfabeto se originou no Oriente Médio e os fenícios o introduziram na Grécia, onde foram acrescentados os sons das vogais.

Com a Era da Escrita surge o segundo tipo de transmissão do saber e o aparecimento da “mídia portátil”, o livro, e já não se dependia exclusivamente da memória de uma pessoa para o acúmulo do conhecimento, embora poucas eram as obras escritas, geralmente a mão (manuscrito). O responsável pelo acolhimento do conhecimento parece não ser mais o idoso, mas o comentarista, o intérprete, o copista ou escriba. Com o advento da imprensa, em 1447, pelo alemão Johanes Gutenberg, e o barateamento da reprodução de textos, surge o instrumento ideal de relação com o saber: a biblioteca, na qual cada volume ou cada tema remete a outro em um passeio que não fica restrito às paredes do lugar.

Antes dos primeiros jornais, folhetins em manuscrito circulavam pelas cidades da Alemanha em meados do século XV. Em 1556, o governo veneziano publicou o *Notizie Scritte*, pelo qual os leitores pagavam com uma pequena moeda conhecida como gazetta. No século XVII, os primeiros jornais diários começaram a surgir em vários países da Europa Ocidental.

Em 1887, o alemão Henrich Rudolph Hertz fez saltar faíscas através do ar que separava duas bolas de cobre e comprovou, em laboratório, a teoria das ondas eletromagnéticas proposta pelo inglês James Clerck Maxwell. Ainda no final do século XIX, uma série de experiências foi realizada pelo italiano Guglielmo Marconi, que construiu os primeiros equipamentos de transmissão e recepção. O Rádio tinha alcance muito maior que o Jornal e era mais ágil do que qualquer outra mídia, explorando a oralidade e a transmissão ao vivo, teve absoluto sucesso antes do surgimento da Televisão.

Com a Televisão, não só a palavra em forma de som poderia viajar pelo espaço mas também a imagem em movimento poderia fazê-lo. É uma forma de

comunicação em que a oralidade divide espaço com a linguagem da imagem, do símbolo, do movimento. Para o telespectador, assistir ao noticiário na Televisão possui outro significado, há uma relação visual com quem transmite a informação, não é mais uma voz anônima ou um texto de alguém que não se pode imaginar quem seja.

No final do século XX, ocorre o agrupamento de todas as tecnologias anteriores. Surge uma tecnologia mais eficaz que oferece todas as possibilidades já exploradas na imprensa, no Rádio, na Televisão. O volume de informações emitidas é maior, bem como a rapidez com que chegam aos lares, favorecendo situações que as tecnologias anteriores não possibilitavam. Pode-se ler o Jornal de qualquer parte do mundo, assistir a uma entrevista, participar de conferências, ouvir músicas das mais longínquas regiões do planeta, trocar correspondências, ler, discutir, conversar, tudo em um único lugar: a rede mundial de computadores.

2.1.1.2. Enfoque Teológico

Deus criou o céu, os mares e a terra. Ele criou as plantas, os animais, os peixes e os pássaros. Os seres humanos, porém, Ele criou a sua imagem e semelhança.

E formou o Senhor Deus o homem do pó da terra, soprou em seus narizes o fôlego da vida e o homem foi feito alma vivente. E ordenou o Senhor Deus ao homem, dizendo: de toda árvore do jardim comerás livremente, mas na árvore da ciência do bem e do mal, dela não comerás.

Havendo, pois, o Senhor formado da terra todo animal do campo e toda ave dos céus, os trouxe a Adão para este ver como lhes chamaria; e tudo quanto Adão chamou, este foi o seu nome. (Gn 2.7, 16, 19)

“E disse o Senhor Deus: não é bom que o homem esteja só” (Gn 2.18). Então, o Senhor Deus fez cair um sono pesado sobre Adão e tomou uma de suas costelas e formou sua mulher.

Quando Adão e Eva foram criados por Deus, eles eram sem pecado, mas tornaram-se pecadores quando desobedeceram a Deus e comeram o fruto da árvore proibida. Neste momento a comunhão com Deus foi quebrada. Adão e Eva foram expulsos do paraíso, para que não tocassem na árvore da vida e vivessem eternamente em pecado.

A serpente, mais astuta de todos os animais do campo que o Senhor Deus havia criado, disse à mulher: Deus ordenou que não comêsseis de toda árvore do jardim?

E disse a mulher à serpente: do fruto das árvores do jardim comeremos, mas, do fruto da árvore que está no meio do jardim, disse Deus: não comereis nem tocareis, para que não morrais.

Então, a serpente disse à mulher: certamente não morrereis, porque Deus sabe que, se abrirão os vossos olhos e sereis como Deus, sabendo o bem e o mal.

E vendo a mulher que aquela árvore era boa para se comer e agradável aos olhos, tomou seu fruto, comeu e deu também ao seu marido.

E ouviram a voz do Senhor Deus, que passeava pelo jardim ao entardecer e esconderam-se da sua presença entre as árvores do jardim.

Chamou o Senhor a Adão e disse-lhe: onde estás? Adão respondeu: ouvi a sua voz e temi, porque estava nu.

E disse Deus: quem te mostrou que estavas nu? Comeste tu da árvore que te ordenei para que não comesses? Então, respondeu Adão: a mulher que me deste por companheira deu-me fruto da árvore e comi.

Então, disse o Senhor Deus: eis que agora o homem é como um de nós, sabendo o bem e o mal; ora, pois, para que não estenda a sua mão e tome também a árvore da vida e viva eternamente, [...] lanço-o fora do jardim do Éden. (Gn 3.1-6, 8-12, 22-23)

O primeiro filho do casal (Caim) torna-se assassino, tirando a vida do próprio irmão (Abel). O pecado gerou a maldade e a maldade a abominação. Como conseqüência, Deus resolve exterminar toda a descendência de Adão, exceto a família de Noé (a única pessoa que, naquele tempo, era temente a Deus).

Noé construiu a arca e nela abrigou um casal de cada espécie de animal vivente na terra. “Deus abençoou a Noé e a seus filhos e disse-lhes: frutificai-vos e multiplicai-vos; enchei a terra. E a terra começou a ser repovoada. Uns foram para o ocidente e outros para o oriente. E destes, foram divididas as nações da terra, depois do dilúvio” (Gn 9.1, 10.32).

Uma nova nação, erguida por descendentes de Noé, teve a ousadia de tentar construir uma torre que pudesse tocar no céu e ser vista de todos os pontos da terra, a fim de mostrar sua grandeza. A torre de Babel não conseguiria chegar ao céu e, certamente, não chegaria à morada de Deus, mas ela seria um monumento imponente se não viesse abaixo, após a perda do código lingüístico que era comum a todos.

Era toda a Terra de uma mesma língua e de uma mesma fala. E, aconteceu que, partindo eles do Oriente, acharam um vale na terra de Sinar. E disseram uns aos outros: façamos tijolos [...] e edifiquemos uma cidade e uma torre cujo cume toque nos céus e façamo-nos um nome para que não sejamos espalhados sobre a face de toda a Terra.

Então, desceu o Senhor para ver a cidade e a torre que os filhos dos homens edificavam; e disse: este povo é um e todos têm uma mesma língua; assim, não haverá restrição para tudo o que eles tentarem fazer. Desçamos e confundamos ali a sua língua, para que um não entenda a língua do outro. (Gn 11.1-7)

Da geração de Noé nasce Abrão e dele nasce todo o povo judeu. “Sendo, pois, Abrão da idade de noventa e nove anos, apareceu-lhe o Senhor e disse-lhe:

[...] não te chamarás mais Abrão, mas Abraão, porque por pai de nações te tenho posto” (Gn 17.1,5). E Deus disse mais a Abraão: “Sarai, tua mulher, não chamarás mais pelo nome de Sarai, mas Sara será o seu nome, porque hei de abençoá-la com um filho e será mãe de nações” (Gn 17.15). Abraão chegou a duvidar, pois estava próximo de completar cem anos e, Sara, sua mulher, era estéril e tinha mais de noventa anos. Contudo, a Palavra de Deus se cumpriu e o filho da promessa se chamou Isaque.

Dois filhos foram gerados de Isaque e Rebeca: Esaú e Jacó. O filho mais novo (Jacó), que foi abençoado no lugar do irmão primogênito (Esaú), teve doze filhos, dos quais, nasceram as doze tribos de Israel. Da tribo de Judá (filho de Jacó) nasceu Davi e, da descendência de Davi, “nasceu José, marido de Maria, da qual nasceu Jesus, que se chama Cristo” (Mt 1.16).

Considerando, então, que o homem foi criado por Deus, a evolução da linguagem segue paralela à evolução do homem. Quando Deus cria Adão do pó da terra, ele já é capaz de pensar e de falar. Ele, imediatamente, começa a dar nome aos animais, aumentando, assim, seu vocabulário.

Com o mesmo código lingüístico Eva conversa com Lúcifer, anjo querubim que se rebelou contra Deus, sob a forma de uma serpente. Ele, tentando-a, faz com que ela e Adão desobedeçam a Deus. Noutro diálogo, Deus expulsa o casal do jardim do Éden.

Certamente, o homem pensante precisou se desenvolver, criando ferramentas para caça e cultivo. Seguramente, morou em cavernas e fez desenhos para perpetuar a informação. Viveu a Era da Fala e da Linguagem, assim como, viveu a Era da Escrita. Escreveu em pedras, depois em tábuas, papiro e papel. No tempo de Moisés, por exemplo, os dez mandamentos foram escritos em tábuas. Deste ponto em diante, não há divergência entre a Bíblia e a ciência no que diz respeito à evolução da linguagem.

A Bíblia não discute o tema da evolução. Pelo contrário, seu parecer afirma que Deus criou o mundo. A visão bíblica da criação não entra em conflito com a ciência, mas sim com a teoria de um princípio sem um Criador.

Há milênios, filósofos e cientistas têm discutido sobre a criação do mundo e chegado a diferentes conclusões. Isto é natural e já estava previsto na Bíblia, pois as provas envolvem bilhões de anos e, devido às devastações das eras,

encontram-se bem fragmentadas. Contudo, é preciso ter cautela para não fazer a Bíblia dizer o que ela não diz e, da mesma forma, que não se pode fazer a ciência dizer o que ela não é capaz de contemplar. Então, o que existia antes do Big Bang.

Para a Bíblia, tudo começa e termina através de Deus. “Eu sou o Alfa e Ômega, o Princípio e o Fim, diz o Senhor, que é, que era e que há de vir: o Todo Poderoso” (Ap 1.8). Afinal, alguma coisa tinha que ter surgido do nada.

A Bíblia é um outro caso exemplar de uma obra maior do fundo espiritual e poético da humanidade, à qual, no entanto, não podemos atribuir um único autor. Precursor do hipertexto, sua constituição resulta de uma seleção e de um amálgama tardio de um grande número de textos de gêneros heterogêneos redigidos em diversas épocas. A origem desses textos pode estar em antigas tradições orais do povo judeu (o Gênesis, o Êxodo), mas também na influência das civilizações da Mesopotâmia e Egito (certas partes do Gênesis, os livros de sabedoria), na fervorosa reação moral a determinada atualidade política e religiosa (livros proféticos), em uma divagação poética ou lírica (Salmos), em uma vontade de codificação legislativa e ritual (Levítico) ou de preservação de uma memória histórica (Crônicas). Considera-se, portanto, com razão, a Bíblia como sendo uma obra, portadora de uma mensagem religiosa complexa e de todo um universo cultural. (LÉVY, 1999, p. 151)

O aspecto mais importante desta discussão não é o processo, mas a origem da criação. O mundo não é produto da casualidade ou probabilidade. Darwin criou sua teoria após observar que havia diferença entre os bicos de uma espécie de pássaros, os tentilhões, que habitavam no arquipélago de Galápagos. Em uma ilha eles tinham bicos grossos, bons para quebrar nozes. Em outra, longos e finos, ideais para arrancar comida em frestas. Isto prova que desde a arca de Noé, os animais tiveram que se adaptar? Será que os dinossauros também não tiveram seu fim com o dilúvio? Certamente, não seria possível colocar um casal de cada espécie na arca. Isso derrubaria a tese do meteoro! O que se pode provar?

A vasta galáxia em que o planeta Terra está incluído gira a uma incrível velocidade de 788.410 quilômetros por hora. Porém, mesmo a esta alucinante velocidade, nossa galáxia ainda necessita de 200 milhões de anos para concluir uma única rotação. Além disso, existe mais de um bilhão de outras galáxias como a nossa no universo.

A simples afirmação de que Deus criou os céus e a terra é um dos conceitos mais desafiadores que confrontam a mente humana. Alguns cientistas afirmam que o número de estrelas na criação é igual a todos os grãos de areia de todas as praias do mundo. Ainda assim, este complexo mar de estrelas em movimento funciona com notável ordem e eficiência. Dizer que o universo surgiu ou evoluiu sozinho requer mais fé do que acreditar que Deus está por trás desses feitos extraordinários. Cientificamente, pode-se afirmar que, assim como afirma Vygotsky (1989), “a linguagem e o significado da palavra evoluem, independentemente de onde e quando esta evolução começou”.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa descritiva, pois visa a descrever as características do fazer televisivo, por meio de análise documental e levantamento de dados. Também é uma pesquisa explicativa, haja vista que procura identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência do fenômeno da desmassificação, em que o telespectador molda o discurso televisivo.

Os resultados apresentados nesta dissertação partiram de dados fidedignos obtidos por meio de pesquisas bibliográficas e de dados estatísticos de órgãos de pesquisa especializados em audiência, mídia e hábitos de consumo como IBOPE, Ipsos-Marplan, IBGE, Revista Eletrônica, Grupo de Mídia, Pay TV Survey, entre outros.

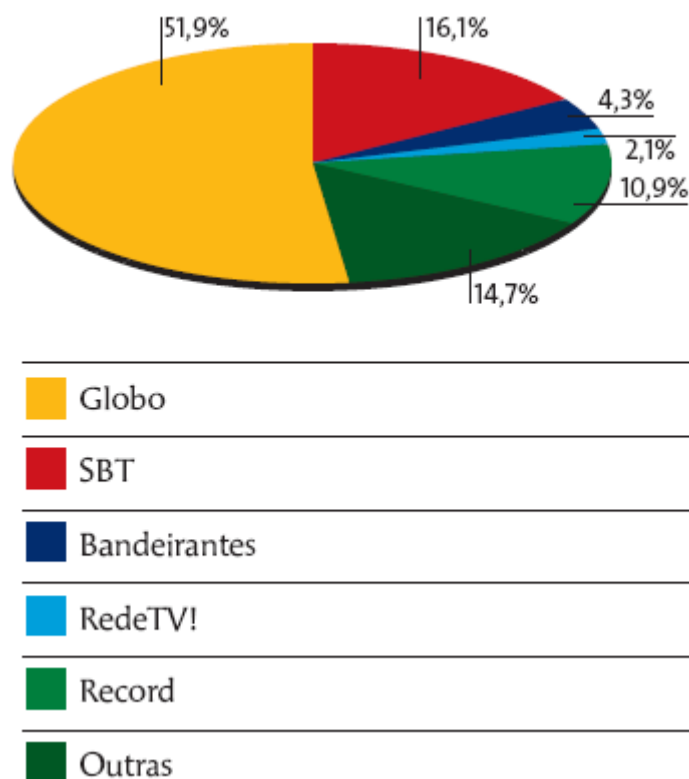
Os índices de audiência são tratados como fontes primárias para qualquer análise, deixando apenas os outros dados e informações secundárias em ênfase, quando ambos apresentam qualquer relação de causa ou efeito com os índices de audiência.

Visando a possibilitar o levantamento das informações, toma-se por base os cruzamentos dos dados demografia e mídia dos anos de 2006, 2007 e 2008. Para a análise das mudanças nas grades de programação, em virtude da audiência, opta-se por considerar sete dias consecutivos em cada um dos 3 meses escolhidos (janeiro, fevereiro e março de 2008), com o intuito de analisar e comparar a grade de programação semanal frente a igual período dos meses subsequentes.

A princípio, esta pesquisa tomaria por base as grades de programação das cinco maiores redes de Televisão do Brasil, conforme o Gráfico 3 expõe ordenadamente, segundo levantamentos do Grupo de Mídia – Mídia Dados 2007, contudo, considerando-se o volume de dados gerados, embora eles tenham sido levantados, chegou-se a conclusão de que este estudo deveria levar em conta as três maiores emissoras de TV aberta do Brasil.

Após a sistematização dos diversos conjuntos de dados coletados, foram construídas análises descritivas por meio de representações gráficas, com o objetivo de identificar padrões e diferenciais entre emissoras e grades de programação (horários e/ou tipos de programas) na composição da audiência.

Gráfico 3 – Share de Audiência Nacional das Redes de Televisão em 2006



Fonte: Grupo de Mídia, 2007.

A metodologia foi escolhida em função da hipótese de que a audiência molda o discurso, doravante, as emissoras de Televisão transmitem o que a maior parte dos telespectadores querem ver. Assim, juntamente com as pesquisas bibliográficas foram usados dados estatísticos de órgãos de pesquisa especializados em audiência, a fim de compará-los às grades de programação das emissoras escolhidas.

Primeiramente, foi preciso formatar as grades em padrão único, considerando as normas da ABNT para trabalhos acadêmicos, com o intuito de propiciar a análise, uma vez que cada veículo possui um modelo próprio de formatação. Depois, foi preciso criar um critério para demarcação das alterações nas grades de programação. A solução foi demarcar em vermelho todas as alterações da grade, independente do motivo.

O terceiro passo foi conseguir os índices de audiência dos períodos escolhidos para análise, com efeito, de 18 a 24 de fevereiro, de 21 a 27 de janeiro

e de 24 a 30 de março, ambos em 2008. Foram utilizados os índices de audiência medidos na Grande São Paulo, pois esta é a única praça que possibilita uma análise em tempo real, registrando as variações de audiência minuto-a-minuto.

A pesquisa de mercado vem crescendo em importância na vida contemporânea. No Brasil, a pesquisa de audiência surge nos anos 50 com o IBOPE. A partir de então, essa modalidade de pesquisa se desenvolveu em larga medida, impulsionada pelo crescimento da Televisão. A primeira fase da história da Televisão, período compreendido entre os anos 50 e 60, em que a Tupi dominou, é conhecida como fase de experimentação. As relações entre emissoras e anunciantes, nessa fase, são descritas como pouco profissionais.

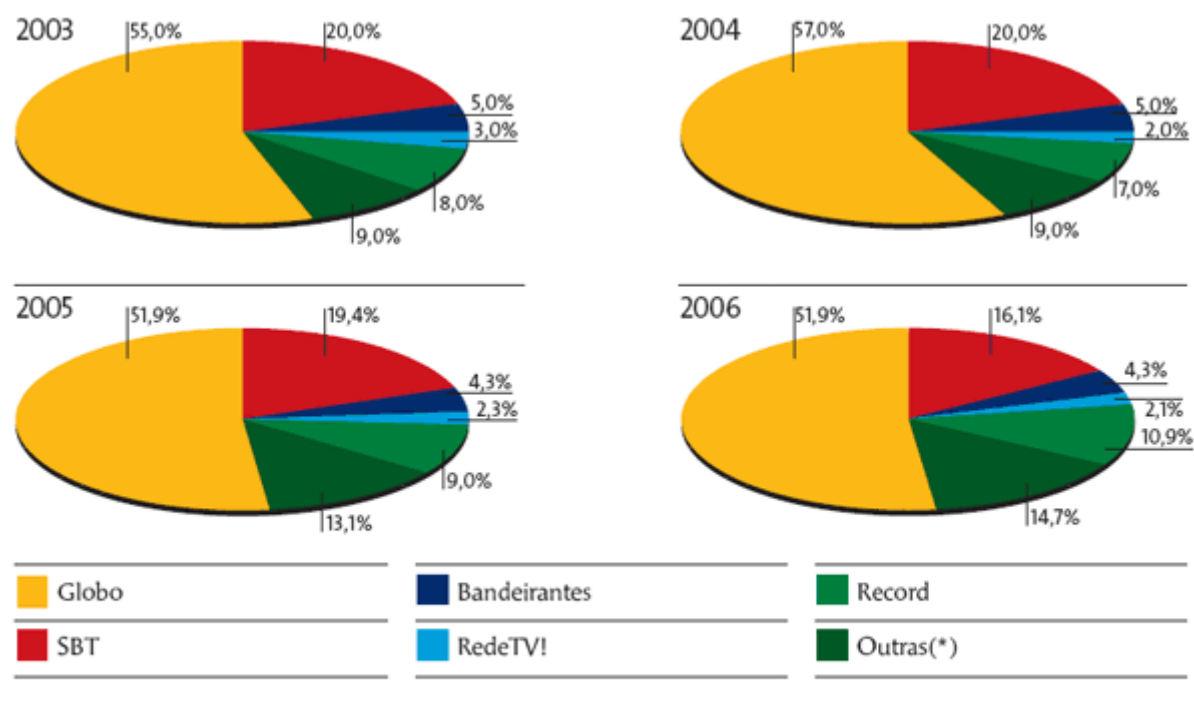
Na segunda fase, anos 70 e 80, a Rede Globo substitui a Tupi na liderança do mercado, assumindo um papel praticamente monopolista e a pesquisa de audiência ganha importância, tanto como mecanismo capaz de produzir índices que constituem padrão de medida e regulam a relação entre emissoras e anunciantes, quanto como bússola na definição de conteúdos de programação.

Embora o IBOPE produza dados sobre audiência de Televisão desde o início da história desse veículo de comunicação no Brasil é nessa segunda fase, em conexão com a consolidação de uma indústria televisiva propriamente dita lucrativa, que a pesquisa cresce em importância.

O Departamento de Pesquisa da rede Globo definiu uma rotina de medição de audiência – os chamados trilhos – fixando limites normativos de variação de índices por programa, articulando sondagens de opinião, os chamados *group discussions*, inicialmente feitos pela própria emissora e depois terceirizados, realizando levantamentos sócio-econômicos pioneiros nas cidades que o sinal da Rede Globo chegava além de ser o principal cliente do IBOPE, requisitando-lhe diversos estudos.

A liderança de audiência da Rede Globo fez desta emissora a mais procurada pelos anunciantes (Gráfico 4). Ela possui 51,9% de participação (*share*) no volume total de audiência da TV aberta brasileira.

Gráfico 4 – Evolução do Share de Audiência Nacional das Redes de TV



Fonte / Source:
 (1) Municípios IBGE, jul/05 • (2) Domicílios com TV: Ibope Mídia 2007 • (3) Partidipação das redes no total de domicílios com TV: Informações vigentes em abril 2007 e processadas pelo software
 Cobertura geográfica das redes - Atlas Ibope 2007
 Ibope Telereport - PNT / Ano 2005
 (*) NI - Freqüências não identificadas; NCAD - Freqüências não cadastradas; Outras freqüências

Os dados sistematizados ao longo dos anos confirmam a noção comum nos meios especializados, de que a audiência de Televisão é majoritariamente feminina (Tabela 5) e de classe média baixa (Tabela 6).

Tabela 5 – Perfil dos Telespectadores por sexo

CLASSIFICAÇÃO	Participação
Homens	47%
Mulheres	53%

Fonte: Ipsos-Marplan, 2007.

Tabela 6 – Perfil dos Telespectadores por Classe Econômica

CLASSIFICAÇÃO	Participação
Classe A1	3%
Classe A2	6%
Classe B1	12%
Classe B2	17%

Classe C	36%
Classe D	24%
Classe E	2%

Fonte: Ipsos-Marplan, 2007.

3.1. Técnicas de Medição da Audiência¹³

O IBOPE iniciou a pesquisa de audiência de Televisão em abril de 1951, um ano depois da primeira transmissão de Televisão no Brasil, seguindo a metodologia semelhante à pesquisa para o Rádio: pesquisa por flagrante. Os pesquisadores batiam à porta dos domicílios selecionados para a amostra e perguntavam se o aparelho de TV estava ligado e, se sim, em qual emissora, gerando os índices de audiência domiciliar (AD) em percentuais de domicílios com televisor sintonizado em determinada emissora e programa. As informações geradas por este método não correspondiam a uma audiência minuto a minuto, mas sim à audiência no momento em que os domicílios eram verificados, todavia a abordagem só era possível entre 9 e 22 horas.

No ano de 1977 foram introduzidos os diários (cadernos) do IBOPE, metodologia baseada em uma amostra fixa de domicílios, a qual consistia em deixar, nos domicílios, um diário, no qual as pessoas anotavam, em módulos de 15 minutos, ao que assistiam na Televisão. Na amostragem os mesmos domicílios eram acompanhados ao longo de um período (geralmente de 4 anos), tornava-se possível começar a medir o alcance (número total de pessoas diferentes atingidas por um programa ou anúncio) e a frequência (o número de vezes que cada pessoa teve a oportunidade de assistir àquele programa ou anúncio).

Em 1986 o IBOPE se incorporou ao instituto Audi TV e passou a utilizar o medidor eletrônico de audiência deste seu antigo concorrente na Grande São Paulo e Grande Rio. O “audímetro”, tal como foi chamado, era um aparelho acoplado aos televisores dos domicílios da amostra que registravam o canal sintonizado conforme faixas horárias, perfurando fitas que semanalmente eram recolhidas e tabuladas. Esta tecnologia, inspirada em aparelhos semelhantes que já eram utilizados nos Estados Unidos, foi desenvolvida pelo instituto AudiTV em 1969, projeto financiado por grandes anunciantes que demandavam uma modernização da pesquisa de audiência num tempo em que o flagrante era o único método.

¹³ IBOPE Mídia, Seção TV Aberta, Área Análises e Índices de Audiência: Histórico de Audiência de TV. Data da Publicação: 2 ago. 2004. Disponível em: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortallBOPE&pub=T&nome=pesquisa_leitura&db=caldb&docid=5D904805FF8259FF83256EE4004952B0. Acesso em: 3 out. 2006.

Adiante, em 1988, o IBOPE finalizou o desenvolvimento dos aparelhos chamados de *peplemeters*, com uma tecnologia exclusiva e que possibilitou a coleta, processamento e disponibilização dos dados de audiência em tempo real, com uma amostra de 256 domicílios na Grande São Paulo. Esta metodologia foi estendida ao Rio de Janeiro em 1991.

Data de fevereiro de 1991 a publicação do primeiro relatório de Audiência Domiciliar de Programas (ADP) pelo IBOPE, baseado exclusivamente em uma amostra com os seus novos aparelhos, em substituição aos antigos medidores desenvolvidos pela Audi TV.

No ano de 1992, com o apoio da Associação Brasileira de Agências de Publicidade (ABAP) e de cinco Redes de TV, o IBOPE concluiu a fase de ampliação da amostragem, com a substituição definitiva do antigo sistema de coleta de audiências individuais (cadernos) por sistema de coleta por *peplemeters*, possibilitando cálculo da audiência domiciliar e individual minuto a minuto.

Desde a década de 1990, os índices de audiência constituem o padrão de medida do preço de anúncios comerciais. Técnicas de pesquisa de opinião são usadas para testar produtos e sugerir mensagens comerciais. Emissoras recorrem a dados de pesquisa para testar, aprovar ou reprovar mudanças em suas grades de programação.

Numa definição simplificada, audiência é o número médio de pessoas que assistem à cada exibição de um programa de TV. A audiência é um número relativizado, traduzido em pontos. O índice nacional do IBOPE é medido apenas nos dez maiores mercados de consumo brasileiros: Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo-Horizonte, Grande Fortaleza, Grande Curitiba, Grande Porto Alegre, Grande Salvador, Grande Recife, Distrito Federal e Florianópolis.

Os *peplemeters* são instalados (em até 4 televisores por domicílio) de forma que representem uma amostra representativa da população pesquisada. Os aparelhos registram automaticamente o estado de sintonia de cada televisor, identificando, inclusive, o morador que está assistindo. Os dados são transmitidos para a central DataIBOPE por meio de radiofrequência e linha telefônica. Para facilitar a leitura e o entendimento do material empírico coletado e analisado estão

listados na Tabela 7 alguns termos técnicos utilizados pelo IBOPE e reproduzidos neste documento.

Tabela 7 – Termos Técnicos do IBOPE

SIGLA	NOME	DESCRIÇÃO
TARGET	Público-alvo	População residente em domicílios com TV, classificada por sexo, classe social e faixa etária.
AI	Audiência Individual	Porcentagem ou número absoluto da população pesquisada (Target) assistindo TV.
AD	Audiência Domiciliar	Porcentagem ou número absoluto de domicílios com TV sintonizados no programa, emissora e/ou horário.
IAF	Índice de Afinidade	Razão entre a proporção de determinado seguimento populacional na audiência pela sua proporção na Target.

Fonte: IBOPE, 2007

4. RESULTADOS DAS PESQUISAS

4.1. *Televisão Democrática: o Poder da Audiência*^{14 15}

4.1.1. *Rede Globo*

Por ordem, considerando a participação (*share*) de cada emissora no total de audiência domiciliar, a Rede Globo foi a primeira a ter sua grade de programação analisada. Tomando o mês de janeiro de 2008 como base, algumas alterações foram feitas, em comparação a igual período do mês de fevereiro e deste com o mês de março, ambos em 2008.

Destacado nas tabelas¹⁶ inseridas no Apêndice desta Dissertação na cor vermelha, os programas *Festival de Desenhos*, *Sítio do Pica-Pau Amarelo* e *TV Xuxa* foram substituídos pelo programa *TV Globinho*. Os três programas tinham média de 7 pontos de audiência, pouco para os padrões da Rede Globo. Por isso, a emissora foi obrigada a tirar do ar um programa como *Sítio do Pica-pau Amarelo*, baseado na obra de Monteiro Lobato, apesar de todo o esforço em mantê-lo na sua grade de programação. Para casos como esse, as emissoras de TV aberta utilizam a expressão “descansar o produto”, ou seja, é possível que num eventual relançamento, o programa obtenha os índices de audiência necessários para permanecer no ar. Tomando os índices de audiência do mês de fevereiro, a Rede Globo comprovou a necessidade da substituição, pois o programa *TV Globinho*, garantiu média de 10,9 e *share* de 27%, propiciando a liderança no horário.

Ao incluir o programa *Big Brother Brasil* (fevereiro de 2008) em sua grade de programação a Rede Globo precisou reordenar os horários de alguns programas, bem como retirar alguns do ar. Por esse motivo, o programa *Corujão* não pôde mais ser exibido nas madrugadas de segunda-feira, como de praxe, depois da *Sessão de Gala*. Apesar da inclusão do programa *Som Brasil*, após o *Jornal da Globo*, ainda em janeiro de 2008, a Globo manteve o programa *Corujão*

¹⁴ Análise da relação entre os índices de audiência e as grades de programação das três maiores emissoras do Brasil.

¹⁵ Título de Artigo Científico apresentado pelo autor no II Altercom – Jornada de Inovações Midiáticas e Alternativas Experimentais (Comunicação Audiovisual).

¹⁶ Produzidas com base nos relatórios de Grade de Programação, cedidos pelo instituto Revista Eletrônica.

em todos os outros dias da semana, entrando no ar após a exibição do programa Intercine.

O dia 18 de fevereiro marcou a estréia da novela *Beleza Pura*, que entrou no ar em substituição à novela *Sete Pecados*, do autor Walcy Carrasco. Tratava-se de uma substituição natural, contudo, um mês antes da estréia da nova novela, em 19 de janeiro de 2008, a obra de Walcy Carrasco registrava uma média geral de apenas 29,4 pontos contra 29,8 da novela antecessora (*Pé na Jaca*) no mesmo período; quando estreou, em junho de 2008, a Rede Globo tinha esperança de que a experiência de Walcy Carrasco trouxesse a hegemonia da emissora no horário. A novela *Beleza Pura* estreou com 30 pontos (46% de participação no total de audiência), índice previsto pela Rede Globo, já que *Sete Pecados* conseguiu 39 pontos no último capítulo. Há uma teoria, já comprovada pela emissora, que o primeiro capítulo de uma novela estreante registre 10 pontos a menos que o último capítulo da novela anterior. Entretanto, se comparado com a estréia da *Sete Pecados*, a novela de Andrea Maltarolli perdeu 6 pontos.

Cada ponto equivale a 54 mil domicílios ou 176 mil pessoas, na Grande São Paulo (uma das praças utilizadas como amostragem). Considerando, então, as médias equivalentes entre os dias 14 e 19 de janeiro de 2008, as audiências das telenovelas brasileiras são, pela ordem:

Tabela 8 – Audiência das Telenovelas Brasileiras

EMISSORA	NOVELA	AUDIÊNCIA
Globo	Duas Caras	41 pontos
Globo	Sete Pecados	29 pontos
Globo	Desejo Proibido	22 pontos
Globo	Malhação	20 pontos
Globo	Coração de Estudante	17 pontos
Record	Caminhos do Coração	15 pontos
Record	Amor e Intrigas	8 pontos
SBT	Amigas e Rivais	4 pontos
Bandeirantes	Dance, Dance, Dance	3 pontos

Fonte: IBOPE, 2008.

Alguns programas semanais da Rede Globo (*Casseta & Planeta*, *Toma Lá, Dá Cá*, *A Grande Família*, *Linha Direta*, *Globo Repórter*) entraram de férias e

abriram espaço para o *Reality Show Big Brother Brasil 8* e a *Minissérie Queridos Amigos*.

A minissérie *Queridos Amigos*, de Maria Adelaide Amaral, com direção de Denise Sarraceni, estreou com 23 pontos de audiência. O segundo capítulo obteve 21 pontos de audiência, um a mais que o terceiro, com 20 pontos. No quarto capítulo, a minissérie perdeu mais um ponto em sua audiência. O resultado das seguidas quedas foi uma fatídica derrota para a novela *Caminhos do Coração* da Rede Record, durante o período em que os dois programas dividiram a mesma faixa horária (aproximadamente 20 minutos). A novela *Caminhos do Coração* registrou 22 pontos contra 19 da minissérie *Queridos Amigos*.

A vitória de uma emissora concorrente mostra que a hegemonia da Rede Globo está ameaçada, o que comprova a tese de que a audiência molda o discurso, uma vez que a novela da Record é baseada num *blockbuster*¹⁷ americano como o longa metragem *X-Man* e o seriado *Heroes*, ambos com histórias sobre mutantes. A crítica especializada considera de baixíssima qualidade a novela dos mutantes, inclusive, em comparação aos originais americanos, ficando aquém em termos técnicos (efeitos especiais) e de conteúdo. Por outro lado, há quase uma unanimidade quanto à qualidade da minissérie da Rede Globo, por parte dos críticos, o que não se reflete no interesse dos telespectadores brasileiros.

“Maria Adelaide Amaral conseguiu escrever uma história repleta de elementos para prender a atenção do telespectador e teve a competência de encontrar um elenco comprometido com o trabalho. É difícil apontar quem está melhor no elenco de *Queridos Amigos*. Dan Stulbach está perfeito como o protagonista Léo e passou ao público a emoção do reencontro com os amigos. Foram necessários apenas 30 segundos para Fernanda Montenegro mostrar seu personagem e gerar o sentimento de saudade no telespectador. Denise Fraga trouxe algo novo e de uma grande sensibilidade. Tarcísio Filho precisou de uma fala para dizer ao público que promete um bom trabalho na minissérie. A autora garante que todos os atores terão cenas inesquecíveis durante a exibição da minissérie.”¹⁸

Considerando, ainda, as mudanças na grade de programação da Rede Globo, ocorridas nos primeiros três meses do ano de 2008, registra-se no mês de

¹⁷ Sucesso de bilheteria das companhias cinematográficas de Hollywood.

¹⁸ Fonte: TV Foco. Disponível em: <http://tvfoco.com.br/index.php>. Acesso em: 22 fev. 2008.

fevereiro a inclusão de um pequeno programa informativo sobre a *Fórmula 1*, com inserções diárias após o Jornal da Globo. Logo após o informativo da *Fórmula 1*, a Rede Globo colocou no ar mais uma temporada da série *24 Horas*, do celebrado agente Jack Bauer, vivido pelo ator Kiefer Sutherland, mas o seriado não correspondeu às expectativas. Em 2006, *24 Horas* conseguiu 12 pontos de audiência, no ano anterior, manteve-se em 11,5 e em 2008, teve audiência instável, oscilando entre 7 e 11 pontos de audiência, dependendo da programação das emissoras concorrentes.

Em março de 2008, após o fim da série de 24 horas, com o propósito de cobrir as férias de Jô Soares, a Rede Globo introduziu mais uma temporada da série *LOST*. O episódio *The Cost of Living*, garantiu 11 pontos de audiência e 53% de *share* (participação da audiência no total de televisores ligados).

4.1.2. SBT

“A conhecida instabilidade de Silvio Santos frente à grade de programação do SBT” como relata Pedro Alexandre Sanches, na Revista Carta Capital de 27 de março de 2007¹⁹, faz do SBT a emissora campeã em modificações na sua grade de programação. A justificativa para tantas alterações é o crescimento da Rede Record que, ainda em 2008, poderá assumir a posição de segunda maior emissora do país. Em todas as faixas horárias, em todas as praças do país, a Record está angariando maiores fatias na audiência. A emissora já contratou artistas, produtores e técnicos do SBT, sem contar a compra de emissoras afiliadas ao SBT que passaram a retransmitir a programação da Record. A tabela abaixo traz a audiência dos programas do SBT, exibidos no dia 25 de março de 2008, em comparação a audiência da Record no mesmo horário.

Tabela 9 – SBT versus Record

PROGRAMA	AUDIÊNCIA DO SBT	AUDIÊNCIA DA RECORD
Carrossel Animado	4,6 pontos	5,8 pontos
Bom Dia e Cia	6,4 pontos	8,6 pontos
Cinema em Casa	5,7 pontos	5,6 pontos
Casos de Família	3,3 pontos	5,3 pontos
O Privilégio de Amar	3,1 pontos	7,9 pontos
Aqui Agora	5,1 pontos	9,7 pontos
Lalola	4,9 pontos	13,3 pontos
Eu a Patroa e as Crianças	5,7 pontos	11,4 pontos
Cine Espetacular	6,5 pontos	13,7 pontos
Jonny Zero	3,3 pontos	2,3 pontos

FONTE: IBOPE, 25 de março de 2008.

As frustradas tentativas de Sílvio Santos fizeram do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), segundo o relatório anual do grupo, a única empresa do Grupo Sílvio Santos a registrar prejuízo²⁰ no ano de 2006, sendo também a única dirigida diretamente por ele. Este déficit resultou da queda de 4,8% de sua receita operacional bruta, segundo o demonstrativo divulgado pelo Grupo em 2007. O SBT tem oito geradoras próprias, 98 afiliadas e cobre 98% do território nacional,

¹⁹ Vide Anexo 4.

²⁰ A empresa registrou saldo negativo de R\$ 3,2 milhões.

de acordo com a própria empresa. Além do SBT, a divisão de comunicação do Grupo Silvio Santos inclui outras 12 empresas entre elas o Banco Panamericano.

A constante alteração na grade de programação afugenta os anunciantes, pois a compra de mídia é feita sob rígidos critérios em que se leva em conta o gênero do programa em relação ao perfil do público-alvo, além da audiência, alcance, frequência, CPM²¹, GRP²², entre outros. Quando o SBT troca um programa de horário ou, simplesmente, tira um programa do ar sem qualquer planejamento ou aviso prévio, ele está mudando o perfil do público, bem como a quantidade e qualidade da audiência.

Nas Tevês Comerciais de quase todos os países, um programa só sai do ar ou muda de horário quando a audiência não está satisfatória. Esta máxima da Televisão não é seguida no SBT, pois um programa pode mudar de horário, mesmo que tenha audiência satisfatória. A intenção é fortalecer o horário fraco com um programa forte. Registra-se que o SBT acumulou fracassos nas tentativas de fazer a audiência migrar de um dia para outro, de um horário para outro, uma vez que, a cada dia e em cada horário, a concorrência é diferente.

A Record, com uma grade de programação inspirada no modelo da Rede Globo, está conquistando uma fatia crescente dos telespectadores brasileiros. Este tem sido o principal motivo das alterações, inclusões e exclusões de programas da grade de programação do SBT. As duas emissoras disputam a preferência dos telespectadores e os direitos de exibição de alguns programas estrangeiros, como o programa *Ídolos*, versão brasileira do *American Idol*, apresentado em duas temporadas pelo SBT.

Trata-se de uma competição saudável e o telespectador é o maior beneficiado. Um exemplo está na disputa pela audiência do público infantil e adolescente, em que o SBT, objetivando fazer frente à crescente audiência dos desenhos do *Pica-Pau*, exibidos pela Record, colocou no ar mais uma reprise da comédia mexicana do gênero pastelão *Chaves* que possui audiência cativa há mais de 20 anos, mesmo sem a renovação dos capítulos. Em fevereiro, o

²¹ Custo Por Mil – custo total para atingir, com a mídia escolhida, grupos de mil consumidores potenciais.

²² Abreviatura de *Gross Rating Points* ou pontos de audiência bruta. É a expressão americana criada originariamente para designar o somatório das audiências das inserções de uma programação de TV. Calcula-se multiplicando a audiência de cada programa pelo número de inserções.

programa *Chaves* registrou 10 pontos de média, garantindo o segundo lugar para o SBT no horário. No mesmo mês o programa registrou a quinta melhor média de audiência do SBT, mantendo-se a frente de programas tradicionais como *Hebe* (7 pontos) e *A Praça é Nossa* (7 pontos), conforme tabela abaixo:

Tabela 10 – Top Five de Audiência²³ - SBT

PROGRAMA	ÍNDICE DE AUDIÊNCIA	PICO DE AUDIÊNCIA
Domingo Legal	14,58 pontos	22,79 pontos
Oito e Meia no Cinema	10,74 pontos	15,10 pontos
Nada Além da Verdade	10,59 pontos	12,65 pontos
Qual é a Música	9,89 pontos	13,06 pontos
Chaves	8,42 pontos	11,13 pontos

FONTE: IBOPE, 2008.

O mesmo sucesso de *Chaves* não ocorreu com novela *Amigas e Rivais*, outra produção da emissora de Televisão mexicana Televisa, sendo esta encurtada em 2 meses por Sílvio Santos, devido aos baixos índices de audiência.

Adriane Galisteu é sinônimo de lucro para o SBT, uma vez que muitos anunciantes querem associar suas marcas à imagem da apresentadora, sem contar seu programa (*Charme*) recebe cerca de 60 mil telefonemas por dia, quase 1,5 milhões de ligações por mês. Contudo, a cada dia, o programa atraía um número menor de telespectadores. A queda na audiência também afugentou os patrocinadores. Em 22 de janeiro de 2008, o programa apresentava 4 pontos de audiência, um mês depois este índice caiu pela metade. Em março, o programa foi retirado do ar por Sílvio Santos, que também dispensou a equipe do *Fantasia*. Os dois programas tinham o mesmo formato²⁴, mas eram exibidos em horários diferentes. A fórmula da atração já demonstrou, em passado recente, que funciona apenas por breves temporadas.

²³ Cinco programas de maior audiência do SBT, entre os dias 14 e 20 de fevereiro de 2008.

²⁴ *Game Show* – Série de jogos interativos, em que os apresentadores atendiam as ligações dos telespectadores ao vivo. Os vencedores ganhavam prêmios em dinheiro.

4.1.3. Record

A Rede Record é a emissora que mais está crescendo em audiência no país, embora este seja o slogan da RedeTV!. Por outro lado, a Record, precipitadamente, anuncia que a “líder nunca esteve tão perto de virar vice”, fazendo referência a Rede Globo, mesmo considerando que a média nacional de audiência da Globo é três vezes maior do que a da Record (Tabela 11).

Quanto à grade de programação da emissora, nota-se a inclusão de alguns seriados americanos como *Heroes*, *The Office* e *Dr. House*, bem como a reexibição de outros como *Xena* e *Todo Mundo Odeia o Cris*. Outro seriado americano de sucesso na Record é o *C.S.I. Miami*, que estreou nova temporada em 2008 e manteve bons índices de audiência para os padrões da Record, com média superior a 9 pontos.

O programa de Tom Cavalcante, que esteve de férias do início de 2008, sofreu algumas alterações de horário para exibição dos melhores momentos de 2007. Mesmo com reprise, o *Show do Tom* conseguiu permanecer 6 minutos na liderança durante o quadro *Bofe de Elite*. No domingo, dia 21 de janeiro de 2008, o humorístico marcou 13 pontos de média.

O mesmo não aconteceu com Milton Neves, que tinha contrato até janeiro de 2011, mas deixou a grande programação da Record em fevereiro de 2008. A emissora resolveu tirar do ar dois de seus programas: o *Terceiro Tempo*, que ia ao ar aos domingos e o *Debate Bola*, que ia ao ar diariamente, em virtude da baixa audiência. Milton Neves estava na emissora há seis anos e quatro meses, mesmo assim, a Record abriu mão da multa estipulada em contrato, para que o apresentador fosse para a Rede Bandeirantes. O último *Debate Bola* foi ao ar no dia 29 de fevereiro de 2008. Enquanto o programa *Terceiro Tempo* já estava fora do ar desde dezembro de 2007 para reformulação, o que acabou não acontecendo.

Tabela 11 – Audiência dos Principais Programas: Globo, SBT e Record

EMISSORA	PROGRMA	AUDIÊNCIA
Globo	Duas Caras	44 pontos
Globo	Big Brother Brasil 8	40 pontos
Globo	Beleza Pura	31 pontos
Globo	Desejo Proibido	28 pontos

Globo	Malhação	23 pontos
Globo	Queridos Amigos	21 pontos
Globo	Coração de Estudante	18 pontos
Globo	Sessão da Tarde	16 pontos
Record	Caminhos do Coração	16 pontos
Record	Troca de Família	14 pontos
Record	Amor e Intrigas	11 pontos
SBT	Chaves	10 pontos
Record	A Turma do Pica-Pau	09 pontos
SBT	Eu, a Patroa e as Crianças	08 pontos
SBT	La Lola	08 pontos
Record	Balanço Geral	08 pontos
Globo	TV Globinho	07 pontos
SBT	Bom Dia & Cia	07 Pontos
SBT	Maria do Bairro	07 pontos
SBT	Cine Espetacular	07 pontos
Record	Programa da Tarde	06 pontos
SBT	Um Maluco no Pedaco	05 pontos
SBT	As Visões da Raven	05 pontos
Record	Hoje em Dia	05 pontos
SBT	Casos de Família	04 pontos
Record	Hércules	04 pontos
Record	Xena	03 pontos

Fonte: IBOPE, 19 de fevereiro de 2008.

4.2. O Senhor da Comunicação

Visando a compreender e encontrar respostas frente às dimensões do fazer televisivo, consagradas bibliografias de teoria da comunicação foram revistas de maneira crítica, a fim de trazer novos horizontes e ampliar o debate. Desta forma, o caráter democrático da programação televisiva no Brasil, ganhou status de prioridade.

O desafio de pesquisar a linguagem e os aspectos cognitivos que estão por trás da relação entre Televisão e telespectador trouxe novos conhecimentos e vários caminhos para direcionamento deste estudo, alguns, até onde se sabe, nunca antes percorridos. À luz de abundantes questionamentos, esta dissertação abre mão de alguns caminhos e dá continuidade à pesquisa que foi idealizada no ano 2003.

O desejo de lançar um livro que apresente uma inversão de análise de concepção, não é único, pois Jesús Martin-Barbero também expressa essa vontade no Prefácio à 5ª Edição Castelhana de *Dos Meios às Mediações*:

Não são poucas as vozes que, nos últimos anos, convidaram-me a escrever um livro que respondesse à inversão do título, isto é *Das mediações aos meios*, pois esse pareceria ser o novo rumo de que a investigação sobre as relações entre comunicação e cultura na América Latina está necessitando. (2001, p. 11)

Antes de falar em comunicação, Televisão ou telespectador é importante entender que o telespectador é a condição momentânea do homem que assiste TV. Todo o conteúdo exibido pelas emissoras de Televisão pode ser adaptado ao Teatro, Rádio, Cinema, Jornal, Revista, Livro, Internet. Por isso, este estudo não está focado no conteúdo editorial das mensagens.

O mundo dos jornalistas é um mundo dividido em que há conflitos, concorrências, hostilidades. Dito isto, minha análise permanece verdadeira, pois o que tenho no espírito é que os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita. As diferenças mais evidentes, ligadas sobretudo à coloração política dos jornais (que, de resto, é preciso dizê-lo, se decorem cada vez mais), ocultam semelhanças profundas, ligadas em especial às restrições impostas pelas fontes e por toda uma série de mecanismos, dos quais o mais importante é a lógica da concorrência. (BOURDIEU, 1997, p. 30)

Esta pesquisa considera que o homem, como telespectador, não é passivo diante de um aparelho de Televisão e o conteúdo exibido nos programas de cada emissora está sujeito ao crivo do telespectador. Ao eleger sua preferência, o telespectador direciona o conteúdo, ou seja, a pauta do programa. O termômetro da satisfação ou insatisfação é a audiência. Neste sentido, ela é capaz de moldar o discurso e de alterar a grade de programação, exigindo extinção ou substituição de programas.

Uma rápida retrospectiva sobre o papel do receptor nos processos de comunicação pode mostrar como o receptor dos sinais de Televisão se tornou o senhor desta comunicação.

No tempo dos sofistas e retóricos o homem via e ouvia discursos em praça pública. Depois, estes discursos puderam ser escritos e mais tarde, impressos. O homem se tornava leitor e cada vez mais instruído, buscava conquistar novas terras, com o intuito de explorá-las e fez isso com mão-de-obra escrava. Séculos depois, quando os escravos ganharam liberdade e a pobreza limitava, ainda mais, as oportunidades, o Rádio surgiu como um meio de comunicação popular, levando informação e entretenimento aos analfabetos. Ao transportar o papel do leitor de Jornal e do ouvinte do Rádio para o leitor-ouvinte da ficção narrativa televisiva e cinematográfica, fica evidente o alargamento deste conceito.

Precisamos dilatar sobremaneira nosso conceito de leitura, expandindo esse conceito do leitor do livro para o leitor da imagem e desta para o leitor das formas híbridas de signos e processos de linguagens, incluindo nessas formas até mesmo o leitor da cidade e o espectador de cinema, TV e vídeo. (SANTAELLA, 2004, p. 16)

McLuhan (1996, p. 328) chama a atenção para essa proximidade dos povos letrados com o Cinema: “o espectador de Cinema senta-se em solidão psicológica como o leitor de livros”. Deste modo, o leitor de imagens necessita de um esforço cognitivo equivalente ao leitor de um livro, principalmente no Cinema e na Televisão.

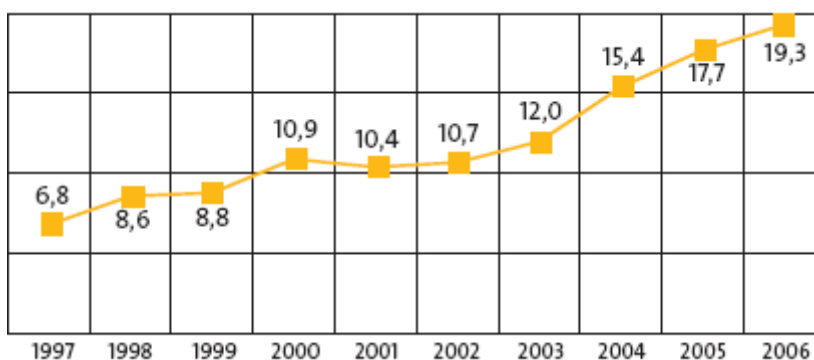
Jesús Martin-Barbero considera o Cinema mexicano como espelho do povo. Esta afirmação mostra que o povo mexicano é o senhor daquela comunicação. Cabe aos cineastas daquele país produzirem um conteúdo que

seja a expressão daquilo que os mexicanos querem ver nas telas dos cinemas. Por serem dois veículos historicamente e tecnologicamente ligados, o mesmo que ocorre com o Cinema também pode ocorrer com a Televisão e vice e versa:

Segundo Edgar Morin, o Cinema foi até 1950 o meio que estruturou a cultura de massa. Isto se caracteriza, de modo muito especial para a cultura latino-americana, no Cinema mexicano [...]. Freud mostrou que não existe acesso à linguagem que não passe pela moldagem do simbólico, e Gramsci, que não existe legitimação social sem ressemantização a partir do código hegemônico. O Cinema é responsável pela constituição dessa nova experiência cultural, que é a experiência popular urbana [...] dando imagem e voz à "identidade nacional". As pessoas vão ao Cinema para se ver, numa seqüência de imagens que mais do que argumento lhes entrega gestos, rostos, modos de falar e caminhar, paisagens, cores. Ao permitir que o povo se veja, o Cinema o nacionaliza. Não lhe outorga uma nacionalidade, mas sim os modos de senti-la. (2001, p. 243)

Na Televisão, as narrativas têm seu espaço nas telenovelas, filmes, minisséries, programas humorísticos, entre outros e busca apresentar novidades aos telespectadores para atingir índices de audiência capazes de atrair novos anunciantes. Sem a verba oriunda da veiculação de mensagens publicitárias, nenhum veículo conseguiria subsistir. Com efeito, os programas preferidos dos telespectadores recebem gordas verbas dos maiores anunciantes do país, conforme gráficos e tabelas abaixo:

Gráfico 5 – Investimento Publicitário no Brasil (em R\$ Bilhões)



Fonte: Inter-Meios

Tabela 12 – Maiores Anunciantes do Brasil em 2006

ANUNCIANTE	INVESTIMENTO (R\$ Milhões)
Casas Bahia	2.093.896
Unilever Brasil	835.418
Ambev	481.207
General Motors	416.151
Fiat	410.238

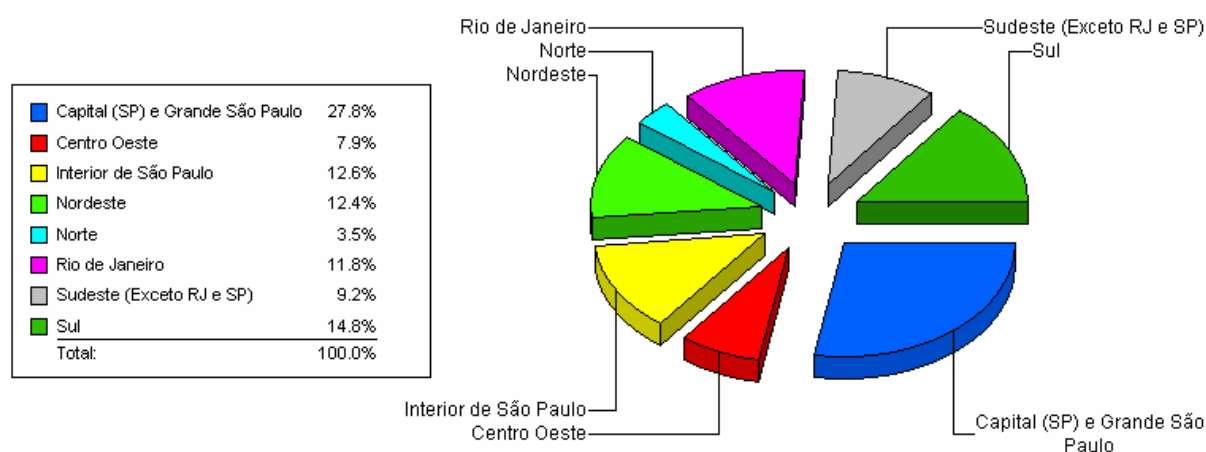
Fonte: IBOPE Monitor

Tabela 13 – Faturamento Bruto das Emissoras de Televisão

Real (R\$)	TELEVISÃO		TV POR ASSINATURA	
	2007	2008	2007	2008
Janeiro	621.861.885,91	715.917.416,24	28.844.529,15	33.966.307,53
Fevereiro	652.869.660,95	733.188.764,18	27.285.733,42	35.932.515,09
Março	854.464.127,96	947.084.592,94	45.625.466,68	47.522.789,02
1º Trimestre	2.129.195.674,82	2.396.190.773,36	101.755.729,25	117.421.611,64
Acumulado	2.129.195.674,82	2.396.190.773,36	101.755.729,25	117.421.611,64

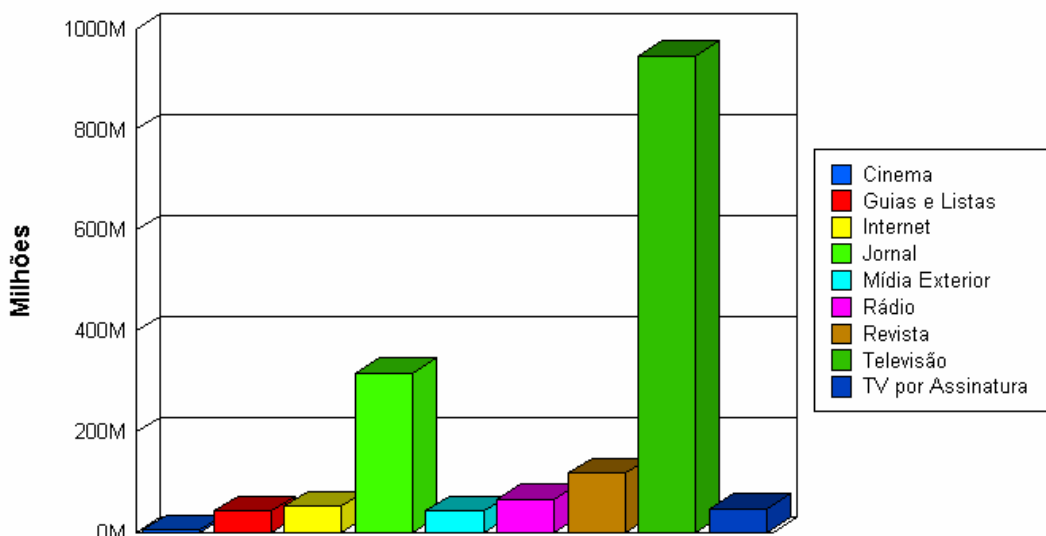
Fonte: Inter-Meios – Primeiro Trimestre de 2008

Gráfico 6 – Faturamento Bruto das Emissoras de TV Aberta por Região



Fonte: Inter-Meios – Março de 2008

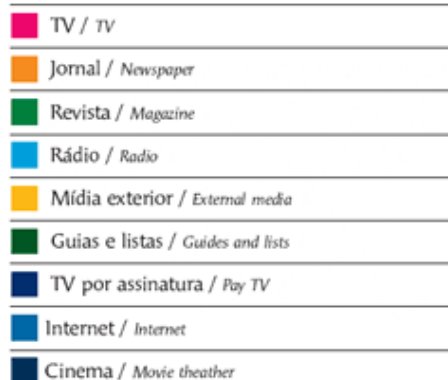
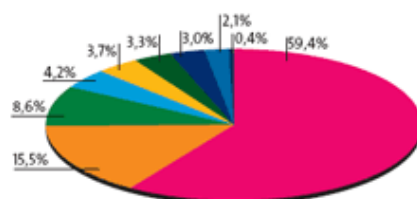
Gráfico 7 – Demonstrativo Mensal de Faturamento Bruto por Meio (R\$ Milhões)



Fonte: Inter-Meios – Março de 2008

Do total investido em comunicação no Brasil, as emissoras de Televisão ficam com a maior parte. Mesmo somando os investimentos em todas as outras mídias, o valor investido em Televisão ainda é superior. Isso, porque os veículos de Televisão aberta recebem quase 2/3 do total investido em comunicação, como se pode ver no Gráfico 8.

Gráfico 8 – Percentual de Participação por Meio



Fonte: Inter-Meios – Março de 2008

Partiu-se do estudo da recepção propriamente dita, para uma pesquisa de mediações entre emissoras e público. O significado da palavra recepção construiu um paradigma de que o receptor é passivo nesse processo, ou seja, cabe a ele somente receber o que lhe é enviado.

No caso da recepção do sinal televisivo, entende-se que a relação entre veículo e telespectador é dialética. O telespectador não é passivo diante da Televisão. Pelo contrário, a necessidade de audiência por parte das emissoras esbarra na necessidade de entretenimento dos telespectadores que através do uso de controles remotos transformaram-se em criadores de conteúdo. A mediação é a articulação “entre os processos de produção das mídias e as suas rotinas de utilização no contexto familiar, comunitário e nacional” (FERIN, 2002, p. 145).

O receio das emissoras de não ter audiência gerou o fenômeno da assimilação ou meramente cópia em que uma emissora coloca no ar um programa similar ao da concorrente e no mesmo horário, porque a maior parte dos telespectadores demonstrou que o quer assistir e em que horário deve ser exibido. Esse fenômeno diminui as possibilidades de entretenimento das minorias, pois a grade de programação das maiores emissoras tornou-se parecida, por se basearem, apenas, na preferência da maioria.

A Televisão é o fenômeno social e cultural mais impressionante da história da humanidade. É o maior instrumento de socialização que jamais existiu, pois nenhum outro meio de comunicação na história havia ocupado tantas horas da vida cotidiana dos cidadãos, fascinando-os e penetrando no seu imaginário social (FERRÉS, 1998).

A digitalização das telecomunicações trouxe, além da interatividade, o fenômeno da desmassificação. Hoje as emissoras são reféns dos telespectadores e de seus controles remotos. Então, a programação das emissoras de Televisão tornou-se democrática.

Segundo João Roberto Marinho, é em um processo interativo, de aceitar e rejeitar os traços, que a TV apresenta e traduz, ou não, o que lhe é intimamente característico, que o telespectador passa a explicitar a sua identidade. É como se a mídia fosse um espelho e uma janela ao mesmo tempo. A janela nos permite olhar para fora. O espelho permite que

vejamos a nós mesmos. Ao olharmos, ao mesmo tempo, no espelho e na janela, descobrimos quem somos e quem são os outros, em que somos iguais e em que somos diferentes. Estabelece-se uma identidade. (Revista Imprensa, mar. 1998 *apud* JACKS, 2003).

João Roberto Marinho, presidente da maior emissora de Televisão do país, confirma que a Televisão é um reflexo de seus telespectadores. A afirmação do presidente da Rede Globo corrobora a tese aqui apresentada e antecipa o que se prevê para a TV Digital.

Em um cenário de TV Digital, a relação das audiências com o campo da produção se amplia ainda mais porque elas (audiências) poderão interagir com a esfera da produção, interferir nos conteúdos e, sobretudo, criar sua própria grade de programação. (BARBOSA FILHO, 2005, p. 307).

5. CONCLUSÃO

Conforme anteriormente assinalado, a presente pesquisa não tem a aspiração de julgar o nível de qualidade da programação das emissoras de Televisão brasileiras, mas, o que está por trás, o que motiva a inclusão, alteração ou exclusão de todo o conteúdo disponível hoje.

Analisando a grade de programação das três maiores emissoras de Televisão aberta do Brasil (Rede Globo, Rede Record e SBT), nota-se que alguns programas foram substituídos e outros mudaram de horário ou de dia de exibição. Confrontando-se os índices de audiência com as alterações nas grades de programação, justifica-se a proposição da hipótese, uma vez que os motivos da alteração estão, invariavelmente, ligados aos referidos índices.

A audiência dentro do processo de comunicação pode ser definida como o conjunto de respostas dos receptores aos conteúdos dos meios de comunicação social. Essas respostas podem ser internas (como uma mudança de opinião) ou externas (como a compra de um produto). Trata-se de um conjunto de pessoas anônimas, heterogêneas, distribuídas com ampla dispersão geográfica e sem contato entre si ou com o comunicador.

Diante do atual processo de diluição das fronteiras geográficas e culturais promovida pelos avanços tecnológicos e pela globalização, os veículos de comunicação de massa, especialmente a Televisão, ganham uma importância singular. Com efeito, a Televisão aberta responde por 90% dos hábitos diários de consumo de mídia no Brasil (Anexo 1). Por isso, o objeto de estudo deste trabalho está no dia-a-dia da sociedade.

A multiplicidade de sentido das abordagens teóricas sobre a Televisão reflete no estado atual desse debate. A hipótese levantada trata, somente, de audiência e grade de programação, mas cabe ressaltar que as emissoras de Televisão brasileiras possuem distintas linhas editoriais, que envolvem valores morais, ético-profissionais, ideológicos, políticos e religiosos, sendo mais perceptíveis em programas jornalísticos. Não se pode negar que há parcialidade nas posturas e na forma de transmitir as mensagens, a não ser que se tenha o monopólio da informação, todavia, as informações já não mais podem ser

forjadas, haja vista que o telespectador, diariamente, faz uma espécie de acareação entre os telejornais de emissoras concorrentes.

A liberdade de expressão é de vital importância para qualquer democracia. Os governos democráticos não controlam o conteúdo da maior parte dos discursos escritos ou verbais. Assim, em sociedades democráticas, se vê muitas vozes exprimindo idéias e opiniões diferentes e, até mesmo, antagônicas.

Algumas emissoras podem omitir ou divulgar informações segundo interesses comerciais. Não há lei que as obrigue ou impeça de fornecer essa ou aquela informação. É a chamada liberdade de expressão!

A Rede Globo, por exemplo, fazendo uso desse direito, não informou à sociedade sobre o parecer elaborado pela Secretaria de Direito Econômico, órgão subordinado ao Ministério da Justiça, publicado no Diário Oficial no dia 2 de maio de 2008, condenando a Rede Globo e o Clube dos Treze (entidade que comercializa os jogos do Campeonato Brasileiro) por práticas que impedem a livre concorrência. A decisão inédita repercutiu na imprensa nacional e colocou em xeque o lucrativo monopólio da Rede Globo nas transmissões de jogos de futebol no País, que se arrasta por mais de uma década.

Do outro lado da tela, a liberdade de expressão das emissoras de TV encontra a liberdade de escolha do telespectador. Por isso, o foco da análise dos estudos de audiência e recepção não está na pura composição ou o tamanho da audiência, mas sim nas respostas que os indivíduos dão aos conteúdos da comunicação. O resultado obtido contrapõe conceitos largamente aceitos pelos comunicadores.

Depois de décadas, os estudos iniciados com Escola de Frankfurt ainda são largamente aceitos. Pierre Bourdieu (1997), por exemplo, considera que os profissionais que lidam com a Televisão devem lutar para não transformá-la num instrumento de opressão simbólica, justamente pela capacidade de abrangência, uma vez que nele pode perpassar uma grande demanda de interesses políticos e econômicos. Seria o mesmo que dizer, metaforicamente, que os telespectadores são ovelhas à mercê do lobo?

Na contra-mão dessas correntes teóricas, esta pesquisa revela que, hoje, os telespectadores são ativos no processo comunicacional, não ocorrendo, portanto, alienação, supressão do pensamento, coação coletiva das consciências,

opressão simbólica ou qualquer outro nome que se dê à suposta manipulação promovida pelas emissoras de Televisão, com objetivo de perpetuar uma ideologia dominante. Trata-se de uma inversão de papéis, a exemplo do que ocorreu com o Marketing.

Não há como desassociar a TV do Marketing, uma vez que esta se configura como elo fundamental entre as marcas e seus consumidores. Não obstante, o fato que influenciou o direcionamento da presente pesquisa ocorreu no Marketing. Trata-se de uma mudança de foco.

A mudança que está acontecendo com a Televisão também aconteceu com o Marketing, cuja responsabilidade de enxergar as mudanças do mercado e de fornecer respostas a elas não estava acontecendo nas últimas décadas. As respostas às mudanças do mercado eram de reação, muitas vezes tardia, e não de previsão. Não há dúvida de que, à medida em que o mundo dos negócios ganhava velocidade, ficava cada vez mais difícil para os Profissionais de Marketing conseguirem prever os rumos do mercado e oferecer uma resposta ágil diante da concorrência.

Esta necessária mudança de foco, ocorrida no Marketing, vem transformando a relação das empresas com seus consumidores. De acordo com McKeena (1991), o Antigo Marketing tinha seu foco na oferta (produto ou serviço) e o Novo Marketing tem seu foco na demanda (cliente). Com a Televisão acontece o mesmo. Antes as emissoras produziam conteúdo segundo seus próprios interesses, de grupos políticos e de seus patrocinadores; agora, o telespectador determina qual o conteúdo que deve ser exibido, com ajuda do seu controle remoto.

A mudança prática, teórica e conceitual ocorrida no Marketing deveria servir de exemplo para os comunicadores, no que tange a mudança conceitual e teórica em relação a Televisão, uma vez que, na prática, essa mudança já ocorreu.

Após todas as exposições preliminares, considerando o minucioso levantamento de dados e sua análise, julga-se como comprovada a hipótese de que a audiência molda o discurso e, como conseqüência, as emissoras de Televisão transmitem o que a maior parte dos telespectadores quer ver. Só ficam

no ar, de fato, os programas que dão audiência. Uma vez que sem audiência não há anunciante e sem anunciante não há como uma emissora sobreviver.

A pesquisa ainda confirmou a tendência de descentralização da audiência, justificando fenômeno da desmassificação, previsto por Nelson Hoineff, conseqüência da maior oferta de canais abertos, do crescente número de assinantes de canais pagos e do efeito *zapping* (quando os telespectadores mudam freqüentemente de canal, com o objetivo de escapar dos intervalos comerciais e dos conteúdos desinteressantes).

Chegar ao fim, não quer dizer que o assunto está encerrado, afinal, não há teoria imutável. Esta pesquisa não termina aqui. A seguir: cenas da próxima pesquisa.... A chamada TV 2.0 (Anexo 3) já chegou e, nela, o telespectador é o co-autor! Não se trata, apenas, de direcionamento de conteúdo ou de mudança de grade de programação, mas do desenvolvimento de uma ficção seriada. O embrião dessa nova TV está em um dos maiores sucessos televisivos da história: o seriado *LOST*.

6. REFERÊNCIAS

- ACOSTA-ORJUELA, Guillermo Maurício. 15 Motivos para “ficar de olho” na Televisão. Campinas: Alínea, 1999.
- ADORNO, Theodor W. (et al.): Teoria da Cultura de Massa. 2a. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- ARMES, Roy. On vídeo. São Paulo: Summus, 1999.
- BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cossete; TOME, Takashi. (Orgs.) Mídias Digitais. São Paulo: Paulinas, 2005.
- BEZERRA, Wagner. Manual do telespectador insatisfeito. São Paulo: Summus, 1999.
- BÍBLIA SAGRADA. Bíblia de Estudo Aplicação Pessoal. Tradução dos textos originais para a língua portuguesa: Sociedade Bíblica do Brasil. Rio de Janeiro: CPAD, 1995.
- BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- BRASIL. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. São Paulo: Saraiva, 2004.
- BRETON, Philype et al. A Explosão da Comunicação. Lisboa: Editorial Bizâncio, 1996.
- _____. Sociologia da Comunicação. São Paulo: Edições Loyola, 2002.
- BOGMANN, Meir Itzhak. Marketing de Relacionamento: estratégias de fidelização e suas implicações financeiras. Nobel, 2000.
- BRETZKE, Miriam. Marketing de Relacionamento e Competição em Tempo Real. São Paulo: Atlas, 2000.

- BUCCI, Eugênio. Uma proposta para melhorar a TV. In: VIVARTA, Veet (org.). Remoto controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de Televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez, 2004.
- _____. A TV aos 50. Criticando a Televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.
- BRUNER, J. Atos de significação. Porto Alegre: Artes Médicas, 2002.
- CHOMSKY, Noam. Linguagem e Mente. Brasília: Editora da UnB, 1998.
- CASHMORE, Ellis. ...e a Televisão se fez. São Paulo: Summus, 1998.
- CERVO, A. L. e BERVIAN. Metodologia Científica. 3 ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- CORDEIRO, Tiago. Lost e o Fim da TV. Super Interessante. Edição 236. Fev. 2007.
- DEFLEUR, Melvin L. Teorias da Comunicação de Massa. 5. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- DIZARD, Wilson. A nova mídia. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2000.
- ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados. 5. ed. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- FERIN, Isabel. Comunicação e culturas do cotidiano. Lisboa: Quimera, 2002.
- FERRÉS, Joan. Televisão subliminar: socializando através de comunicação despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- GONTIJO, Silvana: A Voz do Povo – O IBOPE do Brasil. Rio de Janeiro: Objetiva, 1996.
- GUMMESSON, Evert. Marketing de relacionamento total: gerenciamento de marketing, estratégia de relacionamento e abordagens de CRM para a economia de rede. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.
- HOINEFF, Nelson. A nova Televisão. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

- _____. A TV Digital e o Novo Celular do Presidente. Observatório da Imprensa Disponível em: http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=2824. Acesso em: 11 mar. 2008
- JACKS, Nilda. Estudos Brasileiros de Recepção: a Produção Acadêmica da Década de 90. Porto Alegre: UFRGS, 2002.
- _____. Televisão e identidade cultural. Porto Alegre: UFRGS, 2003.
- KOTLER, P. Administração de Marketing. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- LACAN, Jacques. Televisão. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1999.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MACHADO, Arlindo. A Televisão levada a sério. Senac: São Paulo, 2000.
- MACHADO FILHO, Francisco. TV Digital: uma nova mídia e um novo modo de recepção em uma sociedade em rede. Dissertação de Mestrado. Marília: Unamar, 2006.
- MADRUGA, Roberto Pessoa. Administração de Marketing no Mundo Contemporâneo. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.
- MCLUHAN, Marshall. Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem. 12. ed. São Paulo: Cultrix, 2002.
- McKENNA, Regis. Marketing de Relacionamento. Estratégias bem sucedidas para a era do cliente. Rio de Janeiro: Elsevier, 1997.
- MELO, José Marques de. O Brasil no cenário da pesquisa em comunicação. São Paulo. ECA/ USP, 1992.
- MORATO, E.M. Linguagem e Cognição: as reflexões de L. S. Vigotski sobre a ação reguladora da linguagem. São Paulo: Plexus, 1996.

- MUNIZ SODRÉ. O Monopólio da Fala: Função e Linguagem da Televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 1984.
- PADIGLIONE, Cristina. O Estado de São Paulo. 2 Mai. 2002.
- POPPER, Karl; CONDRY, John. Televisão: um perigo para a democracia. 2. ed. Lisboa: Gradiva, 1999.
- POSER, Denise Von. Marketing de Relacionamento: maior lucratividade para empresas vencedoras. Barueri: Malone, 2005.
- PORTER, Michael. Vantagem Competitiva. Rio de Janeiro: Campus, 1989.
- RAMONET, Ignácio. A Tirania da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 2001.
- SODRÉ. Televisão e sociedade.
- _____. Geopolítica do Caos. Petrópolis: Vozes, 1999.
- REIS, AL & TROUT, Jack. As 22 consagradas leis do Marketing. São Paulo: Makron Books, 1998.
- REIS, Celva. Resposta do Fale Conosco do Ministério da Justiça. Ministério da Justiça. 10 mar. 2007.
- SANTAELLA, Lúcia. Cultura das Mídias. 3ª ed. São Paulo: Experimento, 2003.
- _____. Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo. Paulus, 2004.
- SANCHES, Pedro Alexandre. E agora, Lombardi? Carta Capital. 27 mar. de 2007.
- SOUSA, Jorge Pedro. Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2. ed. Porto: EDITORA, 2006.
- SOUZA, Carlos H.M. Comunicação Educação e Novas Tecnologias. Rio de Janeiro: FAFIC, 2003.
- STONE, Merlin e WOODCOCK, Neil. Marketing de Relacionamento. São Paulo: Litera-Mundi, 1998.

VIVARTA, Veet (org.). Remoto controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de Televisão para adolescentes. São Paulo: Cortez, 2004.

RODRIGUES, Adriano Duarte. A Comunicação Social - Noção, História e Linguagem. 2. ed. Lisboa: Vega, 1981.

SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de Lingüística Geral. Trad de A. Chelini, José

STUMPF, Ida et al. Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS, 1998.

_____. Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil. Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS, 2001.

TOMEI, Fernando Pelegrini et al. A Influência da Televisão. Blumenau: FURB, 2001.

TV Foco. Disponível em: <http://tvfoco.com.br/index.php>. Acesso em: 22 fev. 2008.

UOL Televisão. Disponível em: <http://Televisão.uol.com.br/coluna/17-11-2004.texto1.jhtm>. Acesso em: 18 nov. 2006.

_____. Disponível em: <http://Televisão.uol.com.br/coluna/17-11-2004.texto1.jhtm>. Acesso em: 18 nov. 2006.

VYGOTSKY, L. S. Pensamento e linguagem. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

7. APÊNDICES

Tabela 14 – Grade de Programação da Rede Globo (SEG)

SEGUNDA-FEIRA 21/01/2008	SEGUNDA-FEIRA 18/02/2008	SEGUNDA-FEIRA 24/03/2008
00h40 - Sessão de Gala Variedades/Cinema	<i>01h45 - Flash Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show</i>	01h45 - Flash Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show
<i>02h30 - Corujão Variedades/Cinema</i>	01h50 - Sessão de Gala Variedades/Cinema	01h50 - Sessão de Gala Variedades/Cinema
05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo
06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	06h10 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	06h10 - Globo Rural Jornalismo/Informativo
06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	06h25 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	06h25 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo
07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	<i>07h12 - Fórmula 1 2008 Esportes/Automobilismo</i>	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo
08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos
<i>09h30 - Festival de Desenhos Infantil/Animação</i>	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	09h30 – TV Globinho Infantil/Animação
<i>09h50 - Sítio do Pica-Pau Amarelo Séries/Infantil</i>	<i>09h30 – TV Globinho Infantil/Animação</i>	12h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo
<i>10h20 - TV Xuxa Variedades/Diversos</i>	12h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo
12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo
12h40 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos
13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	14h30 - Coração de Estudante Variedades/Novela
13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	14h30 - Coração de Estudante Variedades/Novela	15h50 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema
14h30 - Coração de Estudante Variedades/Novela	15h50 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	17h35 - Malhação Variedades/Novela
15h50 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	17h35 - Malhação Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela

17h35 - Malhação Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo
18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela
18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
19h15 - Sete Pecados Variedades/Novela	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h50 - Duas Caras Variedades/Novela
20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h50 - Duas Caras Variedades/Novela	21h55 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show
20h55 - Duas Caras Variedades/Novela	21h55 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show	22h25 - Tela Quente Variedades/Cinema
22h00 - Tela Quente Variedades/Cinema	22h25 - Queridos Amigos Séries/Drama	
	23h30 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 15 – Grade de Programação da Rede Globo (TER)

TERÇA-FEIRA 22/01/2008	TERÇA-FEIRA 19/02/2008	TERÇA-FEIRA 25/03/2008
00h10 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	00h05 - Fórmula 1 2008 Esportes/Automobilismo	00h25 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo
00h45 - Som Brasil Variedades/Musical	00h06 – 24 Horas Séries/Ação	01h00 - Lost Séries/Drama
02h15 - Sessão Brasil Variedades/Cinema	01h05 - Sessão Brasil Variedades/Cinema	01h55 - Sessão Brasil Variedades/Cinema
05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	03h00 - Corujão Variedades/Cinema	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo
06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	06h10 - Globo Rural Jornalismo/Informativo
06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	06h10 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	06h25 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo
07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	06h25 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo
08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	07h12 - Fórmula 1 2008 Esportes/Automobilismo	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos
09h30 - Festival de Desenhos Infantil/Animação	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	09h30 - TV Globinho Infantil/Animação
09h50 - Sítio do Pica-Pau		12h00 - Praça TV

<i>Amarelo Séries/Infantil</i>	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	Jornalismo/Informativo
10h20 - TV Xuxa Variedades/Diversos	09h30 - TV Globinho Infantil/Animação	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo
12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo
12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos
13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela
13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	15h45 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema
14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela
15h45 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	15h45 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela
17h35 - Malhação Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo
18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela
18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
19h15 - Sete Pecados Variedades/Novela	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela	20h50 - Duas Caras Variedades/Novela
20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	22h00 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show
20h55 - Duas Caras Variedades/Novela	20h50 - Duas Caras Variedades/Novela	23h00 - Queridos Amigos Séries/Drama
22h00 - Casseta & Planeta, Urgente! Variedades/Humor	22h00 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show	
22h35 - Toma Lá, Dá Cá Séries/Humor	23h00 - Queridos Amigos Séries/Drama	
23h25 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	23h55 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	
23h55 - Som Brasil Variedades/Musical		

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 16 – Grade de Programação da Rede Globo (QUA)

QUARTA-FEIRA 23/01/2008	QUARTA-FEIRA 20/02/2008	QUARTA-FEIRA 26/03/2008
01h30 - Intercine Variedades/Cinema	00h29 - <i>Fórmula 1 2008</i> <i>Esportes/Automobilismo</i>	00h30 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo
03h15 - Corujão Variedades/Cinema	00h31 – 24 Horas <i>Séries/Ação</i>	01h00 - <i>Lost Séries/Drama</i>
05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	01h30 - Intercine Variedades/Cinema	01h30 - Intercine Variedades/Cinema
06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	03h15 - Corujão Variedades/Cinema	03h15 - Corujão Variedades/Cinema
06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo
07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo
08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo
09h30 - <i>Festival de</i> <i>Desenhos Infantil/Animação</i>	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo
09h50 - <i>Sítio do Pica-Pau</i> <i>Amarelo Séries/Infantil</i>	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos
10h20 - <i>TV Xuxa</i> Variedades/Diversos	09h30 - <i>TV Globinho</i> <i>Infantil/Animação</i>	09h30 - <i>TV Globinho</i> Infantil/Animação
12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo
12h40 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	12h40 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	12h40 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo
13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo
13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos
14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela
15h55 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	15h55 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	15h55 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema
17h35 - Malhação Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela
18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela

18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo
19h15 - <i>Sete Pecados</i> Variedades/Novela	19h15 - <i>Beleza Pura</i> Variedades/Novela	19h15 - <i>Beleza Pura</i> Variedades/Novela
20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
20h45 - <i>Duas Caras</i> Variedades/Novela	20h45 - <i>Duas Caras</i> Variedades/Novela	20h45 - <i>Duas Caras</i> Variedades/Novela
21h30 - Futebol - Ao Vivo Esporte/Futebol	21h30 - <i>Big Brother Brasil 8</i> Séries/Reality Show	21h30 - <i>Big Brother Brasil 8</i> Séries/Reality Show
23h45 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	21h35 - Futebol - Ao Vivo Esporte/Futebol	21h35 - Futebol - Ao Vivo Esporte/Futebol
	23h45 - <i>Queridos Amigos</i> Séries/Drama	23h45 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 17 – Grade de Programação da Rede Globo (QUI)

QUINTA-FEIRA 24/01/2008	QUINTA-FEIRA 21/02/2008	QUINTA-FEIRA 27/03/2008
00h20 - <i>Som Brasil</i> Variedades/Musical	00h05 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	00h20 - <i>Lost</i> Séries/Drama
01h50 - Intercine Variedades/Cinema	00h40 - <i>Fórmula 1 2008</i> Esportes/Automobilismo	01h50 - Intercine Variedades/Cinema
03h25 - <i>Corujão</i> Variedades/Cinema	00h42 – <i>24 Horas</i> Séries/Ação	03h25 - <i>Corujão</i> Variedades/Cinema
05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	01h50 - Intercine Variedades/Cinema	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo
06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	03h25 - <i>Corujão</i> Variedades/Cinema	06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo
06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo
07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo
08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos
09h30 - <i>Festival de</i> <i>Desenhos Infantil/Animação</i>	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	09h30 - TV Globinho Infantil/Animação
09h50 - <i>Sítio do Pica-Pau</i>		12h15 - Praça TV

<i>Amarelo Séries/Infantil</i>	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	Jornalismo/Informativo
10h20 - TV Xuxa Variedades/Diversos	09h30 - TV Globinho Infantil/Animação	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo
12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo
12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos
13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela
13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	15h45 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema
14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela
15h45 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	15h45 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela
17h35 - Malhação Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo
18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela
18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
19h15 - Sete Pecados Variedades/Novela	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela	20h30 - Horário Político Variedades/Política
20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h35 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
20h30 - Horário Político Variedades/Política	20h30 - Horário Político Variedades/Política	21h00 - Duas Caras Variedades/Novela
20h35 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h35 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	22h05 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show
21h00 - Duas Caras Variedades/Novela	21h00 - Duas Caras Variedades/Novela	23h55 - Queridos Amigos Séries/Drama
22h05 - A Grande Família Séries/Humor	22h05 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show	
22h50 - Linha Direta Jornalismo/Informativo	23h55 - Queridos Amigos Séries/Drama	
23h35 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	23h35 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	

Tabela 18 – Grade de Programação da Rede Globo (SEX)

SEXTA-FEIRA 25/01/2008	SEXTA-FEIRA 22/02/2008	SEXTA-FEIRA 28/03/2008
00h05 - Som Brasil Variedades/Musical	00h08 - Fórmula 1 2008 Esportes/Automobilismo	00h25 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo
01h35 - Intercine Variedades/Cinema	00h10 – 24 Horas Séries/Ação	00h20 - Lost Séries/Drama
03h15 - Corujão Variedades/Cinema	01h35 - Intercine Variedades/Cinema	01h35 - Intercine Variedades/Cinema
05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	03h15 - Corujão Variedades/Cinema	03h15 - Corujão Variedades/Cinema
06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo	05h10 - Telecurso 2000 Variedades/Educativo
06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	06h15 - Globo Rural Jornalismo/Informativo
07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo	06h30 - Bom Dia Praça Jornalismo/Informativo
08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo	07h15 - Bom Dia Brasil Jornalismo/Informativo
09h30 - Festival de Desenhos Infantil/Animação	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos	08h05 - Mais Você Variedades/Diversos
09h50 - Sítio do Pica-Pau Amarelo Séries/Infantil	09h30 - TV Globinho Infantil/Animação	09h30 - TV Globinho Infantil/Animação
10h20 - TV Xuxa Variedades/Diversos	12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo
12h15 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo
12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo
13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos
13h45 - Vídeo Show Variedades/Diversos	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela
14h35 - Coração de Estudante Variedades/Novela	15h55 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	15h55 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema
15h55 - Sessão da Tarde Variedades/Cinema	17h35 - Malhação Variedades/Novela	17h35 - Malhação Variedades/Novela

17h35 - Malhação Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela
18h05 - Desejo Proibido Variedades/Novela	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo
18h55 - Praça TV Jornalismo/Informativo	19h15 - <i>Beleza Pura</i> Variedades/Novela	19h15 - <i>Beleza Pura</i> Variedades/Novela
19h15 - <i>Sete Pecados</i> Variedades/Novela	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h55 - Duas Caras Variedades/Novela	20h55 - Duas Caras Variedades/Novela
20h55 - Duas Caras Variedades/Novela	22h00 - <i>Big Brother Brasil 8</i> Séries/Reality Show	22h00 - <i>Big Brother Brasil 8</i> Séries/Reality Show
22h00 - <i>Globo Repórter</i> Documentário/Diversos	23h30 - <i>Queridos Amigos</i> Séries/Drama	23h30 - <i>Queridos Amigos</i> Séries/Drama
23h00 - <i>O Sistema</i> Séries/Suspense	23h10 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	
23h50 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo	23h43 - <i>Fórmula 1 2008</i> Esportes/Automobilismo	
	23h45 – 24 Horas Séries/Ação	

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 19 – Grade de Programação da Rede Globo (SAB)

SÁBADO 26/01/2008	SÁBADO 23/02/2008	SÁBADO 29/03/2008
00h20 - <i>Som Brasil</i> Variedades/Musical	01h50 - Intercine Variedades/Cinema	00h25 - Jornal da Globo Jornalismo/Informativo
01h50 - Intercine Variedades/Cinema	03h40 - <i>Corujão</i> Variedades/Cinema	00h20 - <i>Lost</i> Séries/Drama
03h40 - <i>Corujão</i> Variedades/Cinema	06h15 - Globo Educação Variedades/Diversos	01h50 - Intercine Variedades/Cinema
06h15 - Globo Educação Variedades/Diversos	06h40 - Globo Ciência Jornalismo/Informativo	03h40 - <i>Corujão</i> Variedades/Cinema
06h40 - Globo Ciência Jornalismo/Informativo	07h10 - Globo Ecologia Variedades/Ecologia	06h15 - Globo Educação Variedades/Diversos
07h10 - Globo Ecologia Variedades/Ecologia	07h35 - <i>Ação</i> Séries/Educativo	06h40 - Globo Ciência Jornalismo/Informativo
07h35 - <i>Ação</i>		07h10 - Globo Ecologia

Séries/Educativo	08h00 - TV Globinho Variedades/Diversos	Variedades/Ecologia
08h00 - TV Globinho Variedades/Diversos	11h35 - Os Simpsons Infantil/Animação	07h35 - Ação Séries/Educativo
11h35 - Os Simpsons Infantil/Animação	12h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo	08h00 - TV Globinho Variedades/Diversos
12h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	11h35 - Os Simpsons Infantil/Animação
12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	12h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo
13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo	13h45 - Estrelas Variedades/Diversos	12h45 - Globo Esporte Jornalismo/Esportivo
13h45 - Estrelas Variedades/Diversos	14h30 - Caldeirão do Huck Variedades/Diversos	13h15 - Jornal Hoje Jornalismo/Informativo
14h30 - Caldeirão do Huck Variedades/Diversos	16h30 - Sessão de Sábado Variedades/Cinema	13h45 - Estrelas Variedades/Diversos
16h30 - Sessão de Sábado Variedades/Cinema	18h15 - Desejo Proibido Variedades/Novela	14h30 - Caldeirão do Huck Variedades/Diversos
18h15 - Desejo Proibido Variedades/Novela	19h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo	16h30 - Sessão de Sábado Variedades/Cinema
19h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo	<i>19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela</i>	18h15 - Desejo Proibido Variedades/Novela
<i>19h15 - Sete Pecados Variedades/Novela</i>	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	19h00 - Praça TV Jornalismo/Informativo
20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo	20h55 - Duas Caras Variedades/Novela	19h15 - Beleza Pura Variedades/Novela
20h55 - Duas Caras Variedades/Novela	<i>22h00 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show</i>	20h15 - Jornal Nacional Jornalismo/Informativo
22h00 - Zorra Total Variedades/Diversos	22h30 - Zorra Total Variedades/Diversos	20h55 - Duas Caras Variedades/Novela
23h00 - Supercine Variedades/Cinema	23h30 - Supercine Variedades/Cinema	22h00 - Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show
		22h30 - Zorra Total Variedades/Diversos
		23h30 - Supercine Variedades/Cinema

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 20 – Grade de Programação da Rede Globo (DOM)

DOMINGO 27/01/2008	DOMINGO 24/02/2008	DOMINGO 30/03/2008
01h10 - Altas Horas Variedades/Diversos	01h10 - Altas Horas Variedades/Diversos	01h10 - Altas Horas Variedades/Diversos
03h10 - Uma Família da Pesada Séries/Animação	03h10 - Uma Família da Pesada Séries/Animação	03h15 - <i>Flash Big Brother Brasil 8 Séries/Reality Show</i>
03h35 - Corujão Variedades/Cinema	03h35 - Corujão Variedades/Cinema	03h20 - Uma Família da Pesada Séries/Animação
05h55 - Santa Missa ao Vivo Variedades/Religião	05h55 - Santa Missa ao Vivo Variedades/Religião	03h35 - Corujão Variedades/Cinema
06h55 - Globo Comunidade Variedades/Diversos	06h55 - Globo Comunidade Variedades/Diversos	05h55 - Santa Missa ao Vivo Variedades/Religião
07h25 - Pequenas Empresas Jornalismo/Informativo	07h25 - Pequenas Empresas Jornalismo/Informativo	06h55 - Globo Comunidade Variedades/Diversos
08h00 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	08h00 - Globo Rural Jornalismo/Informativo	07h25 - Pequenas Empresas Jornalismo/Informativo
08h55 - Auto Esporte Jornalismo/Esportivo	08h55 - Auto Esporte Jornalismo/Esportivo	08h00 - Globo Rural Jornalismo/Informativo
09h30 - Esporte Espetacular Jornalismo/Esportivo	09h30 - Esporte Espetacular Jornalismo/Esportivo	08h55 - Auto Esporte Jornalismo/Esportivo
12h15 - A Turma do Didi Variedades/Diversos	12h15 - A Turma do Didi Variedades/Diversos	09h30 - Esporte Espetacular Jornalismo/Esportivo
12h50 - Temperatura Máxima Variedades/Cinema	12h50 - Temperatura Máxima Variedades/Cinema	12h15 - A Turma do Didi Variedades/Diversos
14h50 - Domingão do Faustão Variedades/Diversos	14h50 - Domingão do Faustão Variedades/Diversos	12h50 - Temperatura Máxima Variedades/Cinema
15h45 - Futebol ao Vivo Esporte/Futebol	15h45 - Futebol ao Vivo Esporte/Futebol	14h50 - Domingão do Faustão Variedades/Diversos
18h00 - Domingão do Faustão Variedades/Diversos	18h00 - Domingão do Faustão Variedades/Diversos	15h45 - Futebol ao Vivo Esporte/Futebol
20h30 - Fantástico - Variedades/Diversos	20h30 - Fantástico - Variedades/Diversos	18h00 - Domingão do Faustão Variedades/Diversos
22h50 - Domingo Maior - Variedades/Cinema	22h50 - Domingo Maior - Variedades/Cinema	20h30 - Fantástico - Variedades/Diversos
		22h50 - Domingo Maior - Variedades/Cinema

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 21 – Grade de Programação do SBT (SEG)

SEGUNDA-FEIRA 21/01/2008	SEGUNDA-FEIRA 18/02/2008	SEGUNDA-FEIRA 24/03/2008
00h00 - Arquivo Morto Séries/Policial	00h00 - Arquivo Morto Séries/Policial	00h00 - Arquivo Morto Séries/Policial
01h00 - Desaparecidos Séries/Diversos	01h00 - Desaparecidos Séries/Diversos	01h00 - Desaparecidos Séries/Diversos
02h30 - Divisão Criminal Séries/Policial	02h30 - Divisão Criminal Séries/Policial	02h30 - Divisão Criminal Séries/Policial
03h30 - Fim de Noite Filme/Comédia	03h30 - Fim de Noite Filme/Comédia	03h30 - Fim de Noite Filme/Ação
05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor
06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	07h00 - Jornal da Massa Jornalismo/Informativo
08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa
09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	13h45 - 50 Segundos Variedade/Diversos
12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	15h00 - Charme Variedades/Revista Feminina	14h08 - Carros e Motores Variedade/Diversos
15h00 - Charme Variedades/Revista Feminina	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	14h15 - Cinema em Casa Filme/Comédia
16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate
17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	17h00 - O Privilégio de Amar Variedades/Novela
18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h00 – Aqui Agora Jornalismo/Informação
18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	19h15 - Chiquititas Variedades/Novela
18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	19h00 - Chaves Séries/Humor	20h15 - Lalola Variedades/Novela
19h00 - Chaves Séries/Humor	20h15 - Lalola Variedades/Novela	21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia

20h15 - <i>Chiquititas</i> Variedades/Novela	21h15 - <i>Eu, A Patroa e as Crianças</i> Séries/Comédia	22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo
21h15 - <i>Amigas e Rivais</i> Variedades/Novela	22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	22h30 - Hebe Variedades/Talk Show
22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	22h30 - Hebe Variedades/Talk Show	
22h30 - Hebe Variedades/Talk Show		

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 22 – Grade de Programação do SBT (TER)

TERÇA-FEIRA 22/01/2008	TERÇA-FEIRA 19/02/2008	TERÇA-FEIRA 25/03/2008
00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h15 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
01h15 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	01h15 - <i>Fatasia</i> Variedades/Jogos	01h00 - <i>A Paranormal</i> Séries/Drama
02h15 - <i>Johnny Zero</i> Variedades/Diversos	02h15 - <i>Os Nove</i> Variedades/Drama	02h30 - <i>Jack & Bobby</i> Séries/Drama
03h45 - <i>Eyes: Controle de Risco</i> Séries/Policial	03h45 - <i>Reunião</i> Séries/Drama	03h45 - Reunião Séries/Drama
05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor
06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - <i>Jornal da Massa</i> Jornalismo/Informativo
08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa
09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa
12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	13h45 - <i>50 Segundos</i> Variedade/Diversos
15h00 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	15h00 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	14h08 - <i>Carros e Motores</i> Variedade/Diversos
16h00 - Casos de Família		14h15 - <i>Cinema em Casa</i>

Variedades/Debate		<i>Filme/Comédia</i>
17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate
18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	17h00 - <i>O Privilégio de Amar</i> Variedades/Novela
18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	18h00 - <i>Aqui Agora</i> Jornalismo/Informação
18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	19h15 - <i>Chiquititas</i> Variedades/Novela
19h00 - Chaves Séries/Humor	18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	20h15 - Lalola Variedades/Novela
20h15 - <i>Chiquititas</i> Variedades/Novela	19h00 - Chaves Séries/Humor	21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia
21h15 - <i>Amigas e Rivais</i> Variedades/Novela	20h15 - <i>Lalola</i> Variedades/Novela	22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo
21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	21h15 - <i>Eu, A Patroa e as</i> <i>Crianças</i> Séries/Comédia	22h30 - Cine Espetacular Filme/Ação
22h30 - Cine Espetacular Filme/Ação	21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	
	22h30 - Cine Espetacular Filme/Ação	

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 23 – Grade de Programação do SBT (QUA)

QUARTA-FEIRA 23/01/2008	QUARTA-FEIRA 20/02/2008	QUARTA-FEIRA 26/03/2008
00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
01h15 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	01h15 - <i>Fantasia</i> Variedades/Jogos	01h15 - <i>Jonny Zero</i> Séries/Ação
02h15 - Veronica Mars Filme/Suspense	02h15 - Veronica Mars Filme/Suspense	02h15 - Veronica Mars Filme/Suspense
03h45 - Jack & Bobby Séries/Drama	03h45 - Jack & Bobby Séries/Drama	03h45 - <i>Eyes: Controle de</i> <i>Risco</i> Séries/Drama
05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor
06h00 - Jornal do SBT		

Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - Chaves Séries/Humor	<i>07h00 - Jornal da Massa Jornalismo/Informativo</i>
08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa
09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa
12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	<i>13h45 - 50 Segundos Variedade/Diversos</i>
15h00 - Charme Variedades/Revista Feminina	15h00 - Charme Variedades/Revista Feminina	<i>14h08 - Carros e Motores Variedade/Diversos</i>
16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	<i>14h15 - Cinema em Casa Filme/Comédia</i>
17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate
18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	<i>17h00 - O Privilégio de Amar Variedades/Novela</i>
18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	<i>18h00 – Aqui Agora Jornalismo/Informação</i>
18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	<i>19h15 - Chiquititas Variedades/Novela</i>
19h00 - Chaves Séries/Humor	19h00 - Chaves Séries/Humor	20h15 - Lalola Variedades/Novela
<i>20h15 - Chiquititas Variedades/Novela</i>	<i>20h15 - Lalola Variedades/Novela</i>	21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia
<i>21h15 - Amigas e Rivais Variedades/Novela</i>	<i>21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia</i>	22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo
21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	22h30 - SBT Repórter Jornalismo/Informativo
22h30 - SBT Repórter Jornalismo/Informativo	22h30 - SBT Repórter Jornalismo/Informativo	23h30 - SBT Realidade Variedades/Diversos
23h30 - SBT Realidade Variedades/Diversos	23h30 - SBT Realidade Variedades/Diversos	

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 24 – Grade de Programação do SBT (QUI)

QUINTA-FEIRA 24/01/2008	QUINTA-FEIRA 21/02/2008	QUINTA-FEIRA 27/03/2008
00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h30 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
01h15 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	01h15 - <i>Fantasia</i> Variedades/Jogos	01h15 - <i>Divisão Criminal</i> Séries/Drama
02h15 - <i>Esquadrão Socorro</i> Séries/Drama	02h15 - <i>Parceiros da Vida</i> Séries/Drama	02h15 - <i>Parceiros da Vida</i> Séries/Drama
03h45 - <i>Parceiros da Vida</i> Séries/Drama	03h45 – <i>Studio 60</i> Séries/Drama	03h45 - <i>Studio 60</i> Séries/Drama
05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor
06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - <i>Jornal da Massa</i> Jornalismo/Informativo
08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa
09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa
12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	13h45 - <i>50 Segundos</i> Variedade/Diversos
15h00 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	15h00 - <i>Charme</i> Variedades/Revista Feminina	14h08 - <i>Carros e Motores</i> Variedade/Diversos
16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	14h15 - <i>Cinema em Casa</i> Filme/Comédia
17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate
18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	17h00 - <i>O Privilégio de Amar</i> Variedades/Novela
18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h00 – <i>Aqui Agora</i> Jornalismo/Informação
18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	19h15 - <i>Chiquititas</i> Variedades/Novela
19h00 - Chaves Séries/Humor	19h00 - Chaves Séries/Humor	20h15 - <i>Lalola</i> Variedades/Novela
20h15 - <i>Chiquititas</i>		21h15 - Eu, A Patroa e as

<i>Variedades/Novela</i> 21h15 - <i>Amigas e Rivals</i> <i>Variedades/Novela</i> 21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo 22h30 - A Praça é Nossa Variedades/Humor	20h15 - <i>Lalola</i> <i>Variedades/Novela</i> 21h15 - <i>Eu, A Patroa e as Crianças</i> <i>Séries/Comédia</i> 21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo 22h30 - A Praça é Nossa Variedades/Humor	Crianças Séries/Comédia 22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo 22h30 - A Praça é Nossa Variedades/Humor
---	--	---

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 25 – Grade de Programação do SBT (SEX)

SEXTA-FEIRA 25/01/2008	SEXTA-FEIRA 22/02/2008	SEXTA-FEIRA 28/03/2008
00h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h15 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
00h45 - <i>Charme</i> <i>Variedades/Revista Feminina</i>	00h45 - <i>Fantasia</i> <i>Variedades/Jogos</i>	01h15 – <i>A Sete Palmos</i> <i>Séries/Drama</i>
02h15 - Em Nome da Justiça Séries/Diversos	02h15 - Em Nome da Justiça Séries/Diversos	02h15 - Em Nome da Justiça Séries/Diversos
03h45 - O Vidente Séries/Suspense	03h45 - O Vidente Séries/Suspense	03h45 - O Vidente Séries/Suspense
05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor
06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	06h00 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - Chaves Séries/Humor	07h00 - <i>Jornal da Massa</i> <i>Jornalismo/Informativo</i>
08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa	08h00 - Carrossel Animado Infantil/Programa
09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	09h00 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa
12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	12h45 - Bom Dia & Cia Infantil/Programa	13h45 - <i>50 Segundos</i> <i>Variedade/Diversos</i>
15h00 - <i>Charme</i> <i>Variedades/Revista Feminina</i>	15h00 - <i>Charme</i> <i>Variedades/Revista Feminina</i>	14h08 - <i>Carros e Motores</i> <i>Variedade/Diversos</i>
		14h15 - <i>Cinema em Casa</i>

16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate	<i>Filme/Comédia</i>
17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	17h00 - Maria do Bairro Variedades/Novela	16h00 - Casos de Família Variedades/Debate
18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	18h00 - Um Maluco no Pedaço Séries/Humor	<i>17h00 - O Privilégio de Amar</i> Variedades/Novela
18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	18h20 - As Visões da Raven Séries/Comédia	<i>18h00 – Aqui Agora</i> Jornalismo/Informação
18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	18h40 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	<i>19h15 - Chiquititas</i> Variedades/Novela
19h00 - Chaves Séries/Humor	19h00 - Chaves Séries/Humor	20h15 - Lalola Variedades/Novela
<i>20h15 - Chiquititas</i> Variedades/Novela	<i>20h15 - Lalola</i> Variedades/Novela	21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia
<i>21h15 - Amigas e Rivais</i> Variedades/Novela	<i>21h15 - Eu, A Patroa e as</i> <i>Crianças Séries/Comédia</i>	22h00 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo
21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	22h30 - Tela de Sucessos Filme/Comédia
22h30 - Tela de Sucessos Filme/Comédia	22h30 - Tela de Sucessos Filme/Comédia	

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 26 – Grade de Programação do SBT (SAB)

SÁBADO 26/01/2008	SÁBADO 23/02/2008	SÁBADO 29/03/2008
00h15 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h15 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	00h15 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo
<i>01h00 - Charme</i> <i>Variedades/Revista Feminina</i>	<i>01h00 - Fantasia</i> <i>Variedades/Jogos</i>	01h30 - Estética Séries/Drama
02h00 - Estética Séries/Drama	02h00 - Estética Séries/Drama	<i>03h00 - Amor Intenso</i> <i>Séries/Drama</i>
03h45 - A Sete Palmos Séries/Drama	03h45 - A Sete Palmos Séries/Drama	<i>04h30 - Epitáfios</i> <i>Séries/Drama</i>
05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves Séries/Humor	05h30 - Chaves

06h00 - Regrinhas para Jovens Pais Séries/Diversos	06h00 - Regrinhas para Jovens Pais Séries/Diversos	Séries/Humor 06h00 - Regrinhas para Jovens Pais Séries/Diversos
06h30 - A Melhor Idade Séries/Diversos	06h30 - A Melhor Idade Séries/Diversos	06h30 - A Melhor Idade Séries/Diversos
07h00 - Sábado Animado Infantil/Animação	07h00 - Sábado Animado Infantil/Animação	07h00 - Sábado Animado Infantil/Animação
11h00 - Sábado Animado Infantil/Animação	11h00 - Sábado Animado Infantil/Animação	11h00 - Sábado Animado Infantil/Animação
15h00 - Dedé e o Comando Maluco Variedades/Humor	15h00 - Charme Variedades/Revista Feminina	13h45 - 50 Segundos Variedade/Diversos
16h00 - WWE Luta Livre na TV Esporte/Luta	16h00 - WWE Luta Livre na TV Esporte/Luta	14h08 - Carros e Motores Variedade/Diversos
18h00 - Dedé e o Comando Maluco Variedades/Humor	18h00 - Dedé e o Comando Maluco Variedades/Humor	14h15 - Cinema em Casa Filme/Comédia
19h00 - Chaves Séries/Humor	19h00 - Chaves Séries/Humor	16h00 - WWE Luta Livre na TV Esporte/Luta
20h15 - Chiquititas Variedades/Novela	20h15 - Lalola Variedades/Novela	18h00 - Aqui Agora Jornalismo/Informação
21h15 - Amigas e Rivais Variedades/Novela	21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia	19h00 - Supernanny Variedades/Diversos
21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo	20h15 - Lalola Variedades/Novela
22h30 - Cine Belas Artes Filme/Ficção	22h30 - Cine Belas Artes Filme/Ficção	21h15 - Eu, A Patroa e as Crianças Séries/Comédia
		21h50 - SBT Brasil Jornalismo/Informativo
		22h30 - Cine Belas Artes Filme/Terror

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 27 – Grade de Programação do SBT (DOM)

DOMINGO 27/01/2008	DOMINGO 24/02/2008	DOMINGO 30/03/2008
02h00 - Balde Séries/Ação	00h15 - Jornal do SBT Jornalismo/Informativo	02h00 - Balde Séries/Ação

03h00 - Sobrenatural Séries/Suspense	01h00 - Fantasia Variedades/Diversos	03h00 - Sobrenatural Séries/Suspense
05h00 - Invasão Séries/Drama	03h00 - Sobrenatural Séries/Suspense	05h00 - Invasão Séries/Drama
05h45 - Chaves Séries/Humor	04h30 - Carnivale Séries/Drama	05h30 - Chaves Séries/Humor
06h00 - Alfinetadas Séries/Diversos	05h30 - Chaves Séries/Humor	06h00 - Alfinetadas Séries/Diversos
06h30 - Happy Hour Séries/Diversos	06h00 - Alfinetadas Séries/Diversos	06h30 - Happy Hour Séries/Diversos
07h00 - Os Reis de Nova Yorque Séries/Diversos	06h30 - Happy Hour Séries/Diversos	07h00 - Os Reis de Nova Yorque Séries/Diversos
07h30 - Pesca Alternativa Esporte/Pesca	07h00 - Os Reis de Nova Yorque Séries/Diversos	07h30 - Pesca Alternativa Esporte/Pesca
08h30 - Siga Bem Caminhoneiro Variedades/Diversos	07h30 - Pesca Alternativa Esporte/Pesca	08h30 - Siga Bem Caminhoneiro Variedades/Diversos
09h00 - Domingo Animado Infantil/Animação	08h30 - Siga Bem Caminhoneiro Variedades/Diversos	09h00 - Negócios da Terra Variedades/Informação
11h00 - O.C. Um Estranho no Paraíso Séries/Drama	09h00 – GPP Rural Variedades/Informação	09h30 - Domingo Animado Infantil/Animação
12h00 - Smallville Séries/Aventura	09h30 - Domingo Animado Infantil/Animação	12h00 - O.C. Um Estranho no Paraíso Séries/Drama
13h00 - Victoria`s Secret Fashion Show Variedades/Moda e Estilo	12h00 - O.C. Um Estranho no Paraíso Séries/Drama	13h00 - Smallville Séries/Aventura
14h00 - Tentação Variedades/Diversos	13h00 - Smallville Séries/Aventura	14h00 – High School Musical Variedades/Diversos
15h00 - Qual é a Música? Variedades/Musical	14h00 - Tentação Variedades/Diversos	15h00 - Qual é a Música? Variedades/Musical
16h30 - Nada Além da Verdade Variedades/Diversos	15h00 - Qual é a Música? Variedades/Musical	16h30 - Nada Além da Verdade Variedades/Diversos
17h30 - Domingo Legal Variedades/Diversos	16h30 - Nada Além da Verdade Variedades/Diversos	17h30 - Domingo Legal Variedades/Diversos
21h00 - Domingo Legal Variedades/Diversos	17h30 - Domingo Legal Variedades/Diversos	21h45 – Sorteio da Telesena Variedades/Jogos
	21h00 - Domingo Legal Variedades/Diversos	21h50 - Oito e Meia no Cinema Filme/Comédia

21h55 - Sorteio da Telesena Variedades/Diversos	21h55 - Sorteio da Telesena Variedades/Diversos	
22h00 - Oito e Meia no Cinema Filme/Comédia	22h00 - Oito e Meia no Cinema Filme/Comédia	

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 28 – Grade de Programação da Record (SEG)

SEGUNDA-FEIRA - 20/01/2008	SEGUNDA-FEIRA - 18/02/2008	SEGUNDA-FEIRA - 24/03/2008
01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
02h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	02h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	02h30 - Programação IURD Variedades/Diversos
05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo
07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos
08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos
12h15 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo
14h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia	13h30 - Debate Bola Jornalismo/Esportivo	14h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
14h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	14h00 - Hércules Séries/Ação	15h30 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia
16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	14h30 - Xena, A Princesa Guerreira Séries/Ação	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos
18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	15h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo
19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo
20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos
21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela
22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela
23h00 - Show do Tom Variedades/Humor	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	23h00 - Repórter Record Variedades/Diversos
	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	

	23h00 - <i>Repórter Record</i> <i>Variedades/Diversos</i>	
--	--	--

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 29 – Grade de Programação da Record (TER)

TERÇA-FEIRA 21/01/2008	TERÇA-FEIRA 19/02/2008	TERÇA-FEIRA 25/03/2008
01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	00h00 - <i>Heroes</i> <i>Séries/Aventura</i>	00h00 - <i>Heroes</i> <i>Séries/Aventura</i>
02h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	02h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	02h30 - Programação IURD Variedades/Diversos
06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo
08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos
12h15 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos
14h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h45 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo
14h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	13h30 - <i>Debate Bola</i> <i>Jornalismo/Esportivo</i>	14h30 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia
16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	14h00 - <i>Hércules</i> <i>Séries/Ação</i>	15h15 - <i>Pica-Pau</i> <i>Infantil/Animação</i>
18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	14h30 - <i>Xena, A Princesa</i> <i>Guerreira Séries/Ação</i>	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos
19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	15h00 - <i>Todo Mundo Odeia o</i> <i>Cris Séries/Comédia</i>	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo
20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo
21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos
22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela

23h00 - Repórter Record Variedades/Diversos	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos 21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela 22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela <i>23h00 - Troca de Família</i> Variedades/Diversos	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela 23h00 - Troca de Família Variedades/Diversos
--	---	---

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 30 – Grade de Programação da Record (QUA)

QUARTA-FEIRA 22/01/2008	QUARTA-FEIRA 20/02/2008	QUARTA-FEIRA 26/03/2008
01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	<i>00h00 The Office</i> <i>Séries/Comédia</i>	00h00 The Office Séries/Comédia
03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos
06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos
07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo
08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos
12h15 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos
14h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo
14h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	<i>13h30 - Debate Bola</i> <i>Jornalismo/Esportivo</i>	13h30 - Hércules Séries/Ação
16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	<i>14h00 - Hércules</i> <i>Séries/Ação</i>	14h15 - Xena, A Princesa Guerreira Séries/Ação
18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	<i>14h30 - Xena, A Princesa</i> <i>Guerreira Séries/Ação</i>	15h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia
19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	<i>15h00 - Todo Mundo Odeia o</i> <i>Cris Séries/Comédia</i>	<i>15h45 - Pica-Pau</i> <i>Infantil/Animação</i>
20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos
20h45 - Tudo a Ver	18h30 - SP Record	18h30 - SP Record

Variedades/Diversos	Jornalismo/Informativo	Jornalismo/Informativo
21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo
23h00 - O Jogador Séries/Game Show	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos
	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela
	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela
	23h00 - <i>Super Tela</i> Variedades/Cinema	23h00 - <i>Super Tela</i> Variedades/Cinema

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 31 – Grade de Programação da Record (QUI)

QUINTA-FEIRA 23/01/2008	QUINTA-FEIRA 21/02/2008	QUINTA-FEIRA 27/03/2008
01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos
03h00 - Caçadora de Relíquias Séries/Aventura	03h00 - Caçadora de Relíquias Séries/Aventura	03h00 - Caçadora de Relíquias Séries/Aventura
06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo
07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos
08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos
12h15 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo
14h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia	13h30 - <i>Debate Bola</i> Jornalismo/Esportivo	13h30 - Hércules Séries/Ação
14h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	14h00 - <i>Hércules</i> Séries/Ação	14h15 - Xena, A Princesa Guerreira Séries/Ação
16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	14h30 - <i>Xena, A Princesa</i> Guerreira Séries/Ação	15h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia
18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	15h00 - <i>Todo Mundo Odeia o</i> Cris Séries/Comédia	15h45 - <i>Pica-Pau</i> Infantil/Animação

19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos
20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo
20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo
22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos
23h00 - Super Tela Variedades/Cinema	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela
	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela
	23h00 - Troca de Família Variedades/Diversos	23h00 - Troca de Família Variedades/Diversos

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 32 – Grade de Programação da Record (SEX)

SEXTA-FEIRA 24/01/2008	SEXTA-FEIRA 22/02/2008	SEXTA-FEIRA 28/03/2008
01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	00h00 - Dr. House Séries/Drama	00h00 - Dr. House Séries/Drama
03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos
06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos
07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo
08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos
12h15 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos
14h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	12h00 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo
14h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	13h30 - Debate Bola Jornalismo/Esportivo	13h30 - Hércules Séries/Ação
16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	14h00 - Hércules Séries/Ação	14h15 - Xena, A Princesa Guerreira Séries/Ação

18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	14h30 - <i>Xena, A Princesa Guerreira</i> Séries/Ação	15h00 - Todo Mundo Odeia o Cris Séries/Comédia
19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	15h00 - <i>Todo Mundo Odeia o Cris</i> Séries/Comédia	15h45 - <i>Pica-Pau Infantil/Animação</i>
20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos	16h00 - Programa da Tarde Variedades/Diversos
20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo	18h30 - SP Record Jornalismo/Informativo
21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	19h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo
23h00 - Acredite se Quiser Variedades/Diversos	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos
	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela
	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela
	23h00 - <i>Câmera Record</i> Séries/Documentário	23h00 - <i>Câmera Record</i> Séries/Documentário

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 33 – Grade de Programação da Record (SAB)

SÁBADO 25/01/2008	SÁBADO 23/02/2008	SÁBADO 29/03/2008
01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	00h00 - <i>C.S.I. Miami</i> Séries/Policial	00h00 - <i>C.S.I. Miami</i> Séries/Policial
03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h15 - Programação IURD Variedades/Diversos
06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos	03h30 - Programação IURD Variedades/Diversos
07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo	06h45 - São Paulo no Ar Jornalismo/Informativo
08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos	07h45 - Fala Brasil Variedades/Diversos
12h15 - Balanço Geral Jornalismo/Esportivo	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos	08h40 - Hoje em Dia Variedades/Diversos
13h00 - Pica-Pau	12h15 - Balanço Geral	12h15 - Balanço Geral

Infantil/Animação	Jornalismo/Esportivo	Jornalismo/Esportivo
15h30 - O Melhor do Brasil Variedades/Diversos	13h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	13h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
18h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	15h30 - O Melhor do Brasil Variedades/Diversos	15h30 - O Melhor do Brasil Variedades/Diversos
20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	18h30 - Pica-Pau Infantil/Animação	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo
20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	20h00 - Jornal da Record Jornalismo/Informativo	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos
21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	20h45 - Tudo a Ver Variedades/Diversos	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela
22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela	21h00 - Amor e Intrigas Variedades/Novela	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela
23h00 - Câmera Record Séries/Documentário	22h00 - Caminhos Do Coração Variedades/Novela <i>23h00 Show do Tom Variedades/Humor</i>	23h00 Show do Tom Variedades/Humor

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

Tabela 34 – Grade de Programação da Record (DOM)

DOMINGO 26/01/2008	DOMINGO 24/02/2008	DOMINGO 30/03/2008
00h00 - 50 por 1 com Álvaro Garneiro Variedades	00h00 - 50 por 1 com Álvaro Garneiro Variedades	00h00 - 50 por 1 com Álvaro Garneiro Variedades
01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	01h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
03h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	03h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	03h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos	05h00 - Programação IURD Variedades/Diversos
08h00 - Record Kids Infantil/Programa	08h00 - Record Kids Infantil/Programa	08h00 - Record Kids Infantil/Programa
12h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	12h00 - Pica-Pau Infantil/Animação	12h00 - Pica-Pau Infantil/Animação
13h30 - Tudo é Possível Variedades/Diversos	13h30 - Tudo é Possível Variedades/Diversos	13h30 - Tudo é Possível Variedades/Diversos
17h00 - Show do Tom Variedades/Humor	17h00 - Show do Tom Variedades/Humor	17h00 - Show do Tom Variedades/Humor

18h30 – Domingo Espetacular Jornalismo	18h30 - Domingo Espetacular Jornalismo	18h30 - Domingo Espetacular Jornalismo
21h00 - Tela Máxima Variedades/Cinema	21h00 - Tela Máxima Variedades/Cinema	21h00 - Tela Máxima Variedades/Cinema
22h45 - Tela Máxima Variedades/Cinema	22h45 - Tela Máxima Variedades/Cinema	22h45 - Tela Máxima Variedades/Cinema

FONTE: Revista Eletrônica, 2008.

8. ANEXOS

Anexo 1. O consumo de mídia no Brasil

O Estado de São Paulo

2 de Maio de 2002

Cristina Padiglione

A Televisão aberta responde por 90% dos hábitos diários de consumo de mídia no Brasil. Esse é um dos dados revelados pela LatinPanel - empresa formada pelos Grupos Ibope, NPD e Taylor Nelson Sofres - referentes a um levantamento realizado em 2001.

Isso não significa que tenha sobrado para todos os demais veículos de mídia uma suposta fatia de 10%. A pesquisa perguntou ao público quais os meios de mídia que ele costuma consumir, enfileirados pela importância de seus hábitos.

O estudo foi composto por 6 mil domicílios, das classes A/B, C e D/E, de todo o País. Expandida, a amostra representa uma população de 30 milhões de domicílios, levantada em municípios com pelo menos 20 mil habitantes, representando aí 68% da população total e 77% do potencial de consumo no Brasil.

A TV paga, apesar de todas as queixas de um mercado bastante endividado e descontente com os investimentos publicitários que lhe cabem, já abocanha 10% dos hábitos de consumo de mídia. Isso, na média nacional. Na Grande São Paulo, justamente a região que concentra a maior fatia do bolo publicitário do País, a importância da TV paga sobe para 16%. O trabalho permite ainda segmentar o consumidor por regiões, classe econômica e ciclo de vida da família.

Anexo 2. A TV Digital e o Novo Celular do Presidente

Observatório da Imprensa

Terça-feira, 11 de março de 2008

Nelson Hoineff

O presidente Lula foi na terça-feira (4/3) à fábrica da Samsung, em Campinas (SP). Saiu de lá com um celular V820L, preparado para receber o sinal da TV digital. O telefone será colocado à venda em abril, inicialmente só em São Paulo. Ele está apto a receber o conteúdo das sete principais Redes de Televisão do país. Quem tiver dinheiro para comprar o aparelho dentro de um mês (em um ano o seu preço cairá pela metade) vai acessar a TV aberta da mesma forma com que hoje o faz em casa. É a primeira propriedade da TV digital terrestre que pode fazer sentido para o consumidor brasileiro.

Quando o presidente sintonizar seu receptor, no entanto, corre o risco de se decepcionar. A imagem será boa, mas o conteúdo não será diferente do que ele já deve estar cansado de ver no Palácio da Alvorada. É aí que mora o perigo.

A verdade é que a TV, tal como a conhecemos agora, está perdendo relevância com espantosa velocidade. Envelheceu sem se dar conta disso. Quando tenta ser "jovem" torna-se com freqüência patética. Os "nativos digitais" não querem saber dela há muito tempo. Perceberam que têm o direito de escolha, o que era impensável para seus pais.

Há controvérsias, é claro. O ministro das Comunicações, Helio Costa, por exemplo, acredita que a Televisão brasileira é um modelo para o mundo. Falando na quarta-feira (5/3), no Acel Expo Fórum, em Brasília, ele revelou que "a Televisão na Europa é ruim; é horrível. O povo europeu odeia Televisão. E isso não acontece no Brasil. A nossa Televisão é muito boa". E sentenciou: "O nosso conteúdo como está hoje é muito atrativo".

Não é o que acham os jovens e, em escala crescente, o resto da população. Por isso a Internet consolida-se rapidamente como o principal meio de

informação da sociedade. O Brasil tem hoje 40 milhões de internautas. A eles se somarão mais 5 milhões até dezembro. Isso está bem longe do pequeno nicho ao qual até ontem a Internet era associada. Cerca de 40% dessas pessoas está na classe C. A Internet deixou de ser coisa da elite. Chegou aonde só a Televisão e o Rádio chegavam. A Televisão não tem opções. Ela e todas as formas de distribuição de produto audiovisual têm que suportar uma convivência incômoda.

180 graus

Não é a substituição de um receptor de TV por um monitor de computador que estabelece a diferença entre a Televisão de ontem e a Televisão de amanhã. É a maneira como o usuário é capaz de interagir com a tela que está na sua frente, de encontrar nela o que efetivamente está procurando. As pessoas aprenderam a procurar – o que é muito diferente de escolher entre o que lhes é oferecido.

Temos que admitir que, no século 21, não é muito normal que uma pessoa saudável esteja procurando o Faustão, o Gugu ou assemelhados. O público mostra isso todos os dias, empurrando a programação tradicional para patamares de audiência muito inferiores aos que ela operava há menos de cinco anos. Transmitir essa mesma programação em alta definição não vai fazer muita diferença. O público também sinalizou isso. As transmissões digitais, que começaram em dezembro no ano passado, simplesmente não decolaram.

O que pode fazê-las decolar? No topo da lista está a mobilidade e a portabilidade. Se o presidente Lula fosse de ônibus para o trabalho, já poderia ver Televisão enquanto se acotovelasse entre os outros passageiros. Isso faz um bocado de diferença. O momento de ver Televisão não é mais o espaço entre a hora que um trabalhador chega em casa e a que ele vai dormir. É o tempo em que ele está no transporte ou fazendo um lanche. Tal possibilidade representa uma guinada de 180 graus no que o público e o mercado entendem por "horário nobre" – que gera 80% da receita de qualquer Rede de Televisão aberta.

Anseios diferentes

A Televisão aberta, a Televisão fechada e, agora, todos os mecanismos emergentes de distribuição de conteúdo audiovisual falam com segmentos distintos da sociedade – e o que falam é bastante diferente. Não há nada de errado nisso. Na verdade, o que as emissoras mais temem é justamente o que poderá salvá-las: a transformação do modelo de negócios praticado há 60 anos. Durante todo esse tempo, a Televisão domesticou sua audiência. As novas gerações disseram que não querem ser parte disso. O que elas estão demonstrando é que públicos plurais demandam modelos plurais de construção de conteúdo.

A capacidade de transmissão para receptores móveis e portáteis é um exemplo paradigmático. Demanda novas formas de conteúdo, mas vai além disso. Exige fontes bastante diversificadas de produção e mecanismos que atendam a elas. É um sintoma do que acontece com todas as outras possibilidades de provimento de conteúdo audiovisual.

O novo celular que o presidente tem no bolso é semelhante aos *gadgets*²⁵ que todos os brasileiros terão. São brasileiros de idades diferentes, níveis educacionais diferentes, classes sociais diferentes, anseios diferentes. Diante da possibilidade de opção, eles não têm razão alguma para estar querendo consumir a mesma coisa.

²⁵ Gadgets são miniaplicativos do novo Windows Vista que estão “sempre disponíveis” na área de trabalho para o usuário, e são exibidos por sobre as aplicações tradicionais ou acoplados à Barra Lateral(Sidebar), criados para proporcionar informações e dados úteis, ou para melhorar uma aplicação ou um serviço Windows ou Web.

Anexo 3. *Lost e o Fim da TV*

Super Interessante

Edição 236 – Fevereiro de 2007

Tiago Cordeiro

Um dos maiores sucessos da Televisão vai destruir a própria TV. Entenda como, saiba o que vai mudar e veja por que você será um dos protagonistas desta história

A Televisão tem funcionado do mesmo jeito há décadas: canais com grades de programação definida mais pacotes de anúncios publicitários e assinantes de TV a cabo para sustentar a coisa toda. Ao espectador cabe escolher uma atração que esteja passando em tal horário e aproveitar os intervalos para buscar cerveja na geladeira. Isso vai acabar (calma, a cerveja continua).

É que está chegando a era da "TV 2.0". Nela, você é quem manda. São milhares de opções de programas, para assistir na hora em que der na telha. Além disso, não basta ver o seriado favorito. Você pode participar dele, virar praticamente um co-autor. Ou fazer suas próprias séries, se estiver a fim. Não é devaneio. Parte dessa nova TV está aqui e agora: ironicamente, em um dos maiores sucessos televisivos da história. O festejado *Lost* tem por trás dele justamente os elementos que vão destruir a Televisão como a conhecemos. Quer ver? Então responda rápido:

Quem são os Outros? Qual é o significado dos números que estão na capa desta Revista? O que, afinal de contas, está acontecendo naquela ilha?? De todas as respostas que os devotos da série da ABC pedem a Deus, poucas estão na TV. Elas existem (pelo menos em parte), só que fora da Televisão. Quem quiser entrar de cabeça na história dos sobreviventes do desastre com o vôo 815 da Oceanic Airlines, e que agora estão desaparecidos numa ilha cheia de acontecimentos inexplicáveis, deve mergulhar na Internet. Precisa conhecer o

universo paralelo que os produtores e fãs da série criaram lá para resolver alguns mistérios da série.

Sim, pois Lost funciona como um jogo, elaborado com uma riqueza de detalhes que não cabe só na Televisão. "O espectador assiste à série como quem joga um videogame. Ele ganha mais poder, armas e informações à medida que avança", diz o professor de TV e Cinema David Lavery, da Universidade Brunel, em Londres, e autor de Desvendando os Mistérios de Lost, que está sendo lançado no Brasil.

E para se manter afiado nesse jogo não adianta ficar sentado na poltrona, pegar uma cerveja na hora do intervalo e obedecer ao mantra "Continue com a nossa programação" depois que sobem os créditos.

A experiência de acompanhar Lost, afinal, não acaba quando um episódio termina. É nessa hora que o tal universo paralelo na rede começa a ferver. "A Internet mudou o jeito como vemos TV. Instantaneamente, milhares de pessoas reagem ao episódio que acabou de ir ao ar. Seria idiota não prestar atenção a isso", declarou o diretor J.J. Abrams, um dos criadores da série. Muitos desses fãs, aliás, "reagem ao episódio" MESES ANTES de ele passar na Televisão. O que não falta é gente que se acostumou a ver Lost, e outras séries, sem que haja uma emissora transmitindo a coisa. É baixar num site qualquer de troca de arquivos e pronto. E isso é mais um sinal de que o futuro está aqui. De que a Televisão que a gente conhece, aquela em que domingo é dia de Fantástico e que a novela das 8 começa religiosamente às 9, está dando seus últimos suspiros.

Para entender melhor essa revolução, voltemos ao dia 9 de novembro de 2006, logo após a exibição do 6º episódio da 3ª temporada de Lost. Era o penúltimo capítulo antes de uma pausa de 3 meses na série - que volta ao ar nos EUA a partir de 7 de fevereiro. Bom, nessa noite, fóruns de Internet e blogs já tinham centenas de comentários sobre a polêmica da vez. Com base em uma única frase dita por um dos personagens, surgiu a tese de que o líder dos Outros, Benjamin Linus, é subordinado a Jacob Vanderfield, diretor da Hanso Foundation, a empresa por trás dos acontecimentos da ilha.

Detalhe: quem apenas assiste à série na TV nunca ouviu falar nesse tal Jacob Vanderfield. Ele só existe no mundo extratelevisivo de Lost - até setembro

do ano passado, a Hanso Foundation tinha seu próprio site oficial, com lista de "membros da diretoria". Claro que ele foi descoberto pelos fãs antes de a emissora que criou a série, a ABC, anunciá-lo oficialmente.

Pouco depois da exibição nos EUA, o episódio surgiu na Internet. E já começavam a pipocar versões com legendas para várias línguas, feitas na raça por fãs que tinham acabado de baixar o episódio. Pronto: no dia 10 de novembro gente de todo o planeta dava suas contribuições à mais nova teoria sobre o que, afinal de contas, está acontecendo na ilha. Nesse processo todo, o que a TV tradicional fez foi transmitir o sinal de Lost para os EUA. O resto ficou nas mãos de pessoas comuns, como eu e você.

Quebra-cabeça online

Isso de baixar vídeos e discutir o assunto favorito na rede não tem nada de novo. Qualquer moleque de 14 anos acha que isso começou 3 segundos após o big-bang. Mas com Lost é diferente: os produtores, como disse J.J. Abrams, "prestam atenção nisso". E usam a rede para colocar os fãs dentro da história. Desse jeito, o espectador participa efetivamente da série - e não apenas de formas jurássicas, tipo votando por telefone.

O maior exemplo disso são algumas pistas que eles colocam na série. Pistas que passam batido pelo espectador-padrão, o da poltrona e da cerveja, mas que dizem muito para os devotos mais xiitas. A mais importante delas foi um mapa da ilha que apareceu por uma fração de segundo na tela. Ele trazia um monte de inscrições borradas. Só quem tivesse gravado o episódio, ou baixado da rede, poderia decifrar, já que você tinha de pausar a exibição no momento exato em que o mapa surge para tentar ler algo. E foi o que aconteceu. Vários fãs se esfolaram para interpretar a coisa e, em alguns dias, o resultado dessas investigações estava na rede. Sites dedicados a Lost já traziam as 413 palavras (sendo 51 em latim) do mapa, agora escritas de forma legível e com as traduções necessárias.

E surpresa: as inscrições respondiam mistérios cruciais da ilha. Está lá, por exemplo, que os ursos polares que aparecem o tempo todo na floresta foram levados por cientistas, e que passaram por uma "terapia genética" para sobreviver ao calor. Mais uma peça se encaixava no quebra-cabeça da série.

Esse tipo de novidade se espalha entre os devotos com a rapidez de um vírus. Fóruns, comunidades do orkut e do MySpace, além da monstruosa Lostpedia (a "enciclopédia Lost", mantida por milhares de fanáticos dentro da Wikipedia) repercutem tudo e recebem novas teorias. Assim, as especulações vão ficando cada vez mais complexas. No começo, falava-se que a ilha era o purgatório, e que todos os passageiros tinham morrido na queda. Hoje, com esse turbilhão de informações, os fãs recorrem a conceitos bem mais elaborados. Até Stephen King resolveu entrar na discussão. O mestre das histórias de terror escreveu em um artigo na Revista Entertainment Weekly: "Com exceção de Além da Imaginação e Arquivo X, nunca houve um programa com essa capacidade de capturar a imaginação. Lost é o começo da nova TV". Recentemente, ele voltou a discutir o seriado, desta vez apresentando sua própria versão para o final da história. Como a primeira cena da série mostra um olho do personagem Jack se abrindo, ele terminaria voltando ao aeroporto de Sydney, de onde os passageiros saíram, e mostraria que tudo o que aconteceu foi uma alucinação provocada no personagem por um grupo de cientistas malucos. Os fãs acharam a teoria um fiasco. Simplória demais. Stephen King, pelo jeito, está por fora do tal universo paralelo. Aí fica difícil de entrar para valer no jogo.

A grande transposição do programa para a "vida real", aliás, foi mesmo um jogo: o Lost Experience. Entre maio e setembro de 2006, uma combinação de pistas foi espalhada por blogs, mensagens de voz em secretárias eletrônicas, anúncios de Jornal e "sites oficiais" da Hanso Foundation, criados pelos produtores. O objetivo era mobilizar fãs do mundo todo para que eles encontrassem os 70 trechos de um vídeo de 6 minutos e meio que, montado, fornece informações cruciais sobre a trama. Agora, quem acompanhou o Lost Experience sabe que os números formam a tenebrosa Equação de Valenzetti e viram o que a Dharma foi fazer na ilha. Tudo isso faz parte do seriado. E nada passou na TV.

"Lost está mudando a forma de fazer seriados. Essa é uma tendência que não tem mais volta. Os programas de TV serão cada vez mais multimídia", diz J.B. de Oliveira, o Boninho, diretor do reality show Big Brother Brasil, da Rede Globo. "Nunca um seriado tinha rompido dessa forma as barreiras do aparelho de Televisão", reforça David Lavery.

Pirataria nas ondas da TV

Essa "quebra de barreiras", no entanto, também causa polêmica. Hoje, novidades do entretenimento americano, como as séries Heroes e Jericho, fazem sucesso no Brasil antes mesmo de saírem na TV a cabo. Basta ir a centros de pirataria, como o Stand Center, na avenida Paulista, em São Paulo, para encontrar os últimos episódios de qualquer seriado - e levar os dvds para casa a preço de carne de segunda.

A facilidade para baixar arquivos na rede, mais a farta distribuição de legendas criadas por fãs, ampliou tanto o público das séries "inéditas" que hoje tem até camelô locando dvds piratas. Essa história incomodou a Adepi (Associação de Defesa da Propriedade Intelectual), que ameaçou processar os fã-clubes que colocam legendas na rede. O Lost Brasil, maior site do país dedicado ao seriado, interrompeu essa atividade - o que só aumentou o número de pessoas que divulga suas próprias legendas na rede. O designer Daniel Melo, administrador do Lost Brasil, defende a causa dizendo que os leigos são mais capazes de fazer o trabalho do que as emissoras de TV: "A melhor forma de você assistir a um seriado é com legendas feitas por quem entende dele", diz.

Para segurar a onda, algumas emissoras tentam impor restrições. A ABC, por exemplo, tem feito a experiência de transmitir Lost em tempo real pela web. Mas, para não prejudicar emissoras de outros países que compraram os direitos de exibição do seriado, ela só libera os vídeos para computadores instalados nos EUA. Ah, claro: não adianta nada.

Hoje qualquer brasileiro, senegalês ou groenlandês pode usar o computador para captar, ao vivo, o próprio sinal da ABC. Isso mesmo: ao vivo. Os responsáveis por isso são sites asiáticos, na maioria chineses, que estão pirateando o sinal de emissoras de todo o mundo e transmitindo-os na rede. É o caso do SopCast, do PPLive e do TVUNetworks. Só este último oferece sozinho, para qualquer lugar do planeta, 40 canais, incluindo ABC, ESPN, Fox, CBS, Cartoon Networks... Para ter tudo isso no micro, é só baixar de graça um programa no site.

Claro que isso é ilegal, mas é praticamente impossível de controlar. E, mesmo que esse tipo de pirataria acabe, a invasão da Internet aos domínios da

TV dificilmente será revertida. Tanto que algumas emissoras se renderam de vez à rede. A MTV brasileira, por exemplo, promete reduzir a praticamente zero a exibição de clipes. A emissora alega que ninguém mais tem paciência de esperar para assistir a um vídeo musical na emissora quando pode encontrá-lo a qualquer momento na web. Agora ela aposta em uma programação com games e programas de entrevistas e de auditório. As músicas vão se concentrar no MTV Overdrive, um site em que dá para assistir a clipes e postar vídeos caseiros.

Outros veículos vão ainda mais longe. Em dezembro de 2006, Yahoo! e Reuters criaram um espaço especial para fotos e vídeos produzidos por pessoas comuns, com suas câmeras e celulares. Os editores avaliam todo o material postado no site You Witness News e escolhem quais deles vão ganhar destaque. Mas nada deu tanta voz a tanta gente quanto o maior fenômeno de mídia do século 21. Ele mesmo: o YouTube.

Posto, logo existo

Se a interatividade de Lost prepara o fim da "TV 1.0", o YouTube é o grande protótipo da "TV 2.0". O site foi criado em fevereiro de 2005 por 3 funcionários da Pay Pal, uma companhia de pagamentos online. Eles só queriam facilitar a troca de vídeos entre amigos, mas a ferramenta ganhou tanta notoriedade que, em pouco mais de um ano, se transformou numa marca conhecida em praticamente todos os cantos do mundo. Isso fez com que o Google comprasse o YouTube por US\$ 1,65 bilhão, o equivalente ao que a rede americana Target pagou pelas 257 lojas de departamento da rede Mervyns. Todos os dias, internautas assistem a 100 milhões de vídeos lá, e postam outros 65 mil. "Se você não está postando, você não existe", disse à Revista Wired o executivo Rishad Tobaccowala, CEO da consultoria americana Denuo.

E muita gente está começando a existir no mundo do entretenimento. Nesse caso, de um jeito bem mais direto do que os fãs "participativos" de Lost. Com a massificação do YouTube, o espectador se transforma em produtor para valer. Veja o caso de Lonelygirl15. Os vídeos de Bree, a gatinha manhosa de 15 anos que faz confidências para a câmera, comoveram a rede. Descobriu-se depois de algumas semanas que Bree não era real, e que Lonelygirl15 é um seriado - de orçamento quase zero, mas ainda assim um seriado. A protagonista

é a atriz neozelandesa Jessica Rose, de 19 anos. Os criadores são o roteirista Ramesh Flinders e o médico residente Miles Beckett. E um quarto que os dois dividem na Califórnia serve de cenário. Até agora, a série levou 94 episódios à Internet e teve uma audiência acumulada de 24 milhões de espectadores.

O produtor americano Bill Lawrence é outro que experimentou o "posto, logo existo", e se deu bem. Ele apresentou à Warner um piloto de um seriado cômico que conta bastidores da TV. Nobody's Watching foi descartado. Em junho, Lawrence postou trechos do programa no YouTube e conquistou 600 mil espectadores. Diante desse sucesso, a NBC resolveu comprar 6 episódios para veicular na Internet. Se der certo, Nobody's Watching vai estreiar na programação. Isso se ainda existir uma programação, diga-se. Continue o texto, que você vai ver.

O fim dos canais

A revolução que o YouTube começou só vingará mesmo quando a TV digital estiver tinindo. É que a Televisão de hoje, a analógica, recebe a programação na forma de ondas de Rádio. E funciona exatamente como um aparelho de Rádio: tudo tem hora certa para passar. Com a TV digital essa limitação deixa de existir. As atrações, em formato digital, virão de uma vez só no aparelho, por banda ultralarga, como se fossem DVDs inteiros que chegam voando pela sua janela. Mas e aí? Que vantagem Maria leva?

"A seguinte: em dois anos, você poderá interromper um seriado no meio para baixar um filme extra que conta a vida de algum personagem novo, e depois retomar o episódio do ponto onde parou", diz Walter Duran, diretor de tecnologia da Philips para a América Latina. Quer dizer: você terá como pegar sua cerveja na hora que bem entender, sem perder nada.

Essa nova Televisão promete ficar melhor ainda com a chegada da IPTV - sigla em inglês para "TV via Internet". Existe uma corrida para criar a Televisão que receba o sinal de imagens por meio dos mesmos cabos que conectam o computador à rede. A Microsoft, uma das maiores entusiastas desse modelo, está investindo US\$ 400 milhões no projeto. Quando a TV funcionar via web, poderemos assistir a um programa enquanto gravamos vários outros, seremos capazes de pagar contas nos intervalos e de interromper a programação para

atender ao telefone. A TV terá uma home page com seus programas favoritos. Quando isso virar realidade, poderemos estar perto da próxima bomba: o fim dos canais de TV.

"O formato atual, com emissoras mantendo seus próprios canais, onde a programação é organizada de acordo com os interesses de poucas pessoas, está em decadência aberta", aposta Andrew Kantor, jornalista americano especializado no mercado de tecnologia. "As redes vão fornecer conteúdos para uma grande biblioteca online. Os programas terão hora certa para serem postados, mas você poderá assisti-los a qualquer hora."

Na prática, isso significa acordar no meio da noite querendo assistir ao 3º episódio da 18ª temporada de Os Simpsons. E ter como fazer isso sem dvd, sem baixar no micro nem nada. É só ir até o aparelho e pedir pra começar a exibição. Num mundo sem canais, qualquer projeto caseiro de entretenimento, como Lonelygirl15, teria, a princípio, mais condições de brigar por audiência. E por anunciantes. Foi o que fez o consultor de informática britânico Andy Steward. Inconformado com os péssimos horários em que as provas de iatismo passam na Televisão, ele criou a Sail.tv, uma emissora de Internet dedicada ao esporte. Não faltaram pequenos anunciantes para sustentar o projeto de Andy. Pode acontecer com você também.

E a grana?

Por falar em anunciantes, e a publicidade graúda, como fica nesse ambiente todo fragmentado? O modelo atual, com megaempresas injetando caminhões de dinheiro em programas de grande audiência, talvez não sobreviva se a tal "grande biblioteca online" destruir os canais de TV. E isso mudaria um bocado de coisas. Em primeiro lugar, o futuro de séries como Lost estaria comprometido. Só o 1º episódio da série, com uma hora de duração, custou US\$ 12 milhões - o equivalente a 125 capítulos de uma novela da Globo. Aliás, custou também o emprego de Lloyd Braun, presidente de entretenimento da ABC, por ele ter permitido um gasto desses.

Seja como for, esse tipo de excentricidade só é possível porque as empresas americanas investem mais de US\$ 65 bilhões por ano em publicidade televisiva. Só que a torneira está fechando, segundo analistas. Se nos anos 50 o

seriado *I Love Lucy* tinha 68% de audiência nos EUA, hoje, o concurso de cantores *American Idol*, programa mais popular de lá, não passa dos 27%. A "culpa", no caso, é justamente da maior oferta de programas. Como o espectador já tem dezenas de opções, não hesita em mudar de canal quando entram os comerciais. E os anunciantes fogem. O buraco da Internet é ainda mais embaixo, porque ninguém imaginou até agora um jeito eficiente de fazer dinheiro com os sites de compartilhamento de vídeo, e muito menos com a troca de arquivos.

Mesmo assim, há quem aposte nos pequenos nichos de mercado. "Antigamente, dizia-se que 20% de tudo o que os estúdios, emissoras e editoras lançavam virava hit. Hoje, 99% de tudo o que é produzido pode dar algum tipo de lucro, ainda que pequeno. O segredo está em tirar pouco de muitos produtos culturais", escreve o jornalista americano Chris, editor-chefe da Revista *Wired*, em seu livro *A Cauda Longa*.

Já existem sites que ajudam as pequenas emissoras de TV na web a ganhar o pão de cada dia. Além de oferecer um servidor para você deixar seu vídeo, como o YouTube faz, a Revver levanta anúncios publicitários para serem acoplados a cada vídeo. O criador fica com metade da grana. Fritz Grobe e Stephen Voltz, os pais de um filmete em que pastilhas Mentos enfiadas em garrafas de Coca Light formam uma bomba de gás carbônico, conseguiram US\$ 35 mil de patrocínio das duas empresas com a brincadeira.

Mas ganhar alguns milhares de dólares com um vídeo caseiro é uma coisa. Investir milhões para buscar bilhões em anúncios é outra. O próprio YouTube, do alto da montanha de dólares que o Google pagou por ele, ainda é um saco sem fundo, que dá prejuízo de US\$ 500 mil todo mês.

O futuro da publicidade e o do entretenimento andam de mãos dadas. Se um parar, o outro empaca. E, por enquanto, a solução para problemas como o do YouTube está longe. A TV está mudando, mas o que será dela é um mistério ainda mais difícil do que responder o que, afinal de contas, está acontecendo na ilha. Alguma teoria?

Publicitário por um dia

A linha "faça você mesmo" que dá as cartas em *Lost* e no YouTube também está na publicidade. A tendência é tão forte que, no intervalo do

SuperBowl 2007, a final do campeonato de futebol americano e maior vitrine da publicidade no país, vão passar 3 comerciais feitos por leigos. Isso para uma audiência de 90 milhões de pessoas.

Mas nem sempre os resultados são os que os publicitários esperam. A GM americana fez um concurso de anúncios online no ano passado para promover o Chevy Tahoe, um SUV daqueles que ocupam quase duas faixas de pista. A empresa fornecia um clipe com o carro andando por belas paisagens nevadas, e os internautas inseriam o texto da campanha. A maior parte dos anúncios tecia loas à camionete. Só que um monte de gente aproveitou a chance para protestar contra os SUVs, já que eles bebem muita gasolina e estão entre os maiores emissores de CO₂, colaborando com o aquecimento global. Aí tome anúncios do tipo: "Você gosta de neve? Então aproveite logo, porque esse carro imbecil vai mudar o mundo". Outros tiravam uma com a conotação sexual de carros muito grandes, como este aqui: "Você tem inveja do pênis dos outros. Acha que vai arranjar mulher com esse carro..." Tudo isso foi parar no YouTube, claro. Digite "Chevy Tahoe ad" no site e sinta o drama.

Anexo 4. E agora, Lombardi?

Carta Capital

Terça-feira, 27 de março de 2007

Pedro Alexandre Sanches

No início de março de 2007, Silvio Santos decidiu ensaiar uma volta triunfal ao seu hábitat natural: os lares brasileiros nas tardes de domingo, pelo filtro da tela do SBT. Na tarde do dia 18, no programa *Tentação*, ele brincava de atirar às “colegas de auditório”, frases risonhas no estilo “Lombardi, nós vamos tomar o dinheiro delas”, “o que importa é nós ganharmos o dinheiro delas” e “pobre se contenta com qualquer coisa”.

Nem tudo voltou a ser como era antes, no entanto. Nos três primeiros domingos, o renascido Programa Silvio Santos foi derrotado em audiência não só pela Rede Globo como também pela Record. E se distanciou um pouco mais dos tempos idos em que o animador e empresário podia apregoar sua Rede de Televisão como a segunda maior do Brasil.

Em reservado, Senhor Abravanel (seu nome verdadeiro) admite a colaboradores que os programas de animadores de auditório são coisa do passado e que ele próprio, Silvio Santos, não dá mais ibope. A volta à programação dominical, aos 76 anos, soa como uma tentativa de reconquistar espaço de acordo com o mesmo modelo que fez dele rei absoluto da programação popular na Televisão, dono de um sofisticado complexo empresarial e a pessoa física que mais pagava Imposto de Renda no País no ano de 2000.

Os sinais de que o Sistema Brasileiro de Televisão já não consegue mais se alicerçar no modelo que criou como alternativa ao ‘padrão Globo de qualidade’ se acumulam desde 2001. Foi quando, num soluço de popularidade que não voltou a se repetir, o reality show *Casa dos Artistas* conquistou audiência e repercussão explosivas e, fato incomum para Silvio Santos, causou comoção não apenas entre o público habitual das faixas C, D e E, mas também entre as

chamadas classes A e B, quase sempre aparentemente refratárias à suposta cafonice do homem do Baú da Felicidade.

Duas imagens recentes ajudam a consolidar a impressão de que Silvio Santos vem sendo atropelado por transformações que vão além do mero avanço da Record. Uma delas, no fim de 2006, foi a inauguração do hotel de luxo Jequitimar, no Guarujá (SP), sob um investimento estimado em mais de 150 milhões de reais e tido como o primeiro empreendimento do Grupo Silvio Santos destinado às classes A e B.

A outra diz respeito ao apresentador Carlos Massa, o Ratinho. Hábil condutor de programas naquele perfil popularesco e sensacionalista que fez o esplendor do SBT dos anos 90, ele amarga um prolongado inferno astral dentro da empresa. Seus programas têm sido submetidos constantemente a alterações e cancelamentos.

Freqüentador assíduo do “ranking da baixaria na Televisão” criado pela Câmara dos Deputados, Ratinho ultrapassava 30 pontos de audiência no Ibope no fim dos anos 90. Em janeiro de 2007, o “jornalístico” Jornal da Massa pelejava para vencer o desenho A Turma do Pica-Pau, da Record, na faixa de 6 a 8 pontos. Segundo diagnósticos internos, a imagem sensacionalista dos programas de Ratinho passou a afugentar o mercado publicitário, e ele se tornou uma fonte de faturamento negativo e prejuízos constantes para o SBT.

A conhecida instabilidade de Silvio Santos frente à grade de programação atinge ápices inéditos, e não afeta apenas Ratinho. O troca-troca de horários e formatos desestabiliza a tradicional Hebe Camargo e a emergente Adriane Galisteu e coloca as equipes do departamento jornalístico em estado de apreensão permanente.

Em dezembro passado, o departamento de divulgação foi extinto, e a determinação vigente até hoje é de que os profissionais da casa não concedam entrevistas. Sem equipe de divulgação, o SBT parou de informar publicamente os horários das atrações, e a situação prevalecia ao menos até a quinta-feira 22, às vésperas da estréia da nova programação, que, segundo o reclame exibido no ar, iria “fazer a concorrência tremer de medo”.

Para o sociólogo Sérgio Miceli, autor do ensaio A Noite da Madrinha, sobre Hebe Camargo, Silvio Santos ficou com um naipe de alternativas

desgastadas. “Hebe tem audiências muito baixas, é uma sobrevivente dela mesma, assim como ele próprio. São dinossauros de um outro momento”, avalia.

Miceli atrela o ocaso de tais figuras ao desenvolvimento do País como um todo: “A sociedade brasileira está vivendo transformações importantes. O efeito do aumento de escolaridade não aparece imediatamente, mas é evidente que depois dele a Televisão nunca mais será a mesma coisa, terá outros padrões de difusão”.

Um profissional envolvido nas recentes reformulações do SBT atesta que a rede dispõe de pesquisas que apontam uma relação direta entre esse aumento da escolarização e o declínio da programação estilo mundo-cão: se a escolaridade aumenta, cresce em proporção direta o grau de exigência do espectador. Silvio Santos também sabe disso, mas aceitar que há um SBT que está morrendo lentamente e um outro que espera para nascer significa, também, jogar para o alto várias décadas de reafirmação do modelo personalista idealizado por ele.

‘Crescendo dentro de um fenômeno de urbanização e migração cidade-campo, Silvio recriava a quermesse rural, o jogo e a brincadeira’, analisa o sociólogo e pesquisador de comunicação Laurindo Leal Filho. “Com isso, auxiliava na ressocialização desses migrantes, diminuía o choque deles com a cultura urbana. Hoje, o processo migratório já não se dá mais daquela forma”.

A hesitação constante entre conservar e modernizar parece povoar em cada detalhe o SBT, tido por muitos funcionários como uma empresa exemplarmente moderna em termos trabalhistas - quem tem carteira assinada, por exemplo, recebe todo mês uma cesta básica, que é entregue em domicílio.

Se, por um lado, Silvio insiste nos programas de auditório copiados de matrizes em Miami e na América Latina, por outro, dá sinais de preparar a própria sucessão. Na comemoração dos 25 anos de existência da rede SBT, em agosto passado, afirmou que não estará presente nos próximos 25 anos e que as filhas é que ocuparão seu lugar. Ele tem seis filhas, entre elas Patrícia Abravanel, diretora do braço financeiro do grupo (o Banco Panamericano), e Daniela Beyrutti, recém-nomeada diretora artística do SBT.

Um clima de tensão geracional parece compor o pano de fundo do atual momento. Há poucos dias, foi demitido Orlando Macrini, tido há longa data como

braço direito de Silvio. A ascensão de Daniela, por sua vez, tornou-se visível no ano passado, quando ela dirigiu a primeira edição da versão nacional do reality show *American Idol*, destinado, de acordo com a publicidade, a revelar 'o novo ídolo do Brasil'.

O programa *Ídolos* incorporou para si dicotomias entre popularizar e sofisticar, modernizar e conservar. Começou destoando dos padrões do SBT, com uma linguagem de edição dinâmica e inteligente. Revelou de cara o 'ídolo' juvenil Leandro Lopes, um cantor rebelde de cabelos vermelhos arrepiados (e logo apelidado de 'Pica-Pau'), mas ele foi sendo diluído e domesticado no decorrer do programa. Vencedor, estreou em disco pela Sony & BMG, mas vendeu modestas 32 mil cópias, em nada parecidas às cifras de milhões da indústria fonográfica dos anos 90.

Revigorado em 2005, o telejornalismo do SBT transformou-se no ano passado em alvo preferencial da indecisão quanto a faixas de público e modelos de patrocínio a ser buscados. Contratada para conduzir o SBT Brasil, Ana Paula Padrão ficou à mercê da inconstância de Silvio. Com índices de audiência menores que os esperados, teve de trocar seis vezes de horário, antes de acertar sua saída do telejornal e trocá-lo por um programa semanal de reportagem, *SBT Realidade*, que deve estreiar na segunda-feira 26.

Ana Paula diz que está feliz com o novo rumo, que consolida a determinação trazida desde os tempos de Globo, de abandonar o posto de apresentadora de telejornal. "É difícil explicar, fica até antipático, mas eu sou repórter, gosto da rua. Não entrei nisso para ser famosa. Surfei na onda midiática, mas dizer que adoro sentar maquiada na bancada e ser reconhecida em loja? Não, não gosto".

Dizendo-se desinteressada das meras guerras de audiência, ela afirma torcer por um novo nivelamento entre as diversas Redes de Televisão do Brasil: 'Acho muito bom que se democratize a comunicação, o acesso à informação, a distribuição de informação. Toda hegemonia é ruim. Será bom para todos uma divisão mais razoável, contanto que seja limpa'.

Com a saída de Ana Paula, Silvio tomou pessoalmente as rédeas do SBT Brasil, que passou a ser apresentado por Carlos Nascimento e Cynthia Benini (ex-

Casa dos Artistas). Roteirizou e dirigiu pessoalmente a gravação piloto do novo jornal. A estréia foi desastrosa, oscilando entre 2 e 4 pontos de audiência.

No processo, trocou também o comando geral do núcleo jornalístico, entregando-o a Paulo Nicolau (egresso da Record), em meio a lances folclóricos: o intermediador da vinda de Nicolau teria sido Itamar de Oliveira, colaborador antigo e ex-adestrador de cães do patrão do SBT.

Outra que esteve à deriva por longo período foi a equipe do jornalista Carlos Amorim, que trabalhou no Fantástico e foi um dos criadores do Domingo Espetacular, da Record. O plano de criar um programa de entretenimento e informação para os domingos foi iniciado e interrompido inúmeras vezes desde o começo de 2005, até o cancelamento definitivo e a demissão de todos os profissionais envolvidos, em março de 2007. Entre eles estava Magdalena Bonfiglioli, repórter do SBT desde a primeira transmissão do canal, em 1981.

Por razões diversas, programas como a Revista Dominical que não houve e o SBT Brasil imaginado por Ana Paula Padrão se ancorariam mais na credibilidade junto ao público e aos anunciantes que na disputa ponto a ponto pelo Ibope. Divergiriam diametralmente, portanto, da obsessão por audiência dos tempos espalhafatosos de Ratinho e Gugu Liberato, que por vezes produziram episódios deprimentes, como o da falsa entrevista de dois supostos integrantes do PCC no Domingo Legal, em 2003.

Participariam de um lento distanciamento entre o SBT e as faixas C, D e E de público, que sempre o consagraram e que, por sinal, também se encontram em franca transformação, seja nos ditos 'grotões', seja nos centros urbanos. Esse deslocamento, como observa um ex-diretor do SBT, poderia fazer a rede cair para quarto ou quinto lugar no ranking das Tevês.

Todos os fatores de mudança tropeçam, um por um, nos valores e na vaidade do Silvio animador e 'artista', que sempre andou lado a lado com o empreendedor certo que ele também tem sido ao longo das últimas cinco décadas.

Carioca da Lapa e filho de um comerciante que chegou a se viciar em jogos de azar, Silvio nasceu pobre, mas, contrariando o chiste que ainda comete com as 'colegas de auditório', não se contentou com qualquer coisa.

Antes de se tornar o homem do Baú, dos domingos e do SBT, foi camelô nas ruas, locutor de anúncios via alto-falante na barca Rio-Niterói, animador na Rádio Nacional, orador em comício político, apresentador de circo. A título de ilustração, sabe-se que até hoje usa uma fritadeira elétrica e um forno de microondas para preparar ele mesmo suas refeições, nos intervalos entre as gravações.

“O SBT é muito estruturado em cima de uma pessoa só, da visão de mundo e de sociedade de um homem de negócios formado na rua’, arrisca o especialista Laurindo Leal Filho. ‘Todas as decisões são tomadas a partir do feeling pessoal dele. Esse feeling dava certo porque era uma alternativa popular ao padrão Globo, mas talvez falte racionalidade, do ponto de vista de uma empresa de comunicação no mundo capitalista”.

Eis aí, enfim, o cabo de força hoje segurado numa ponta por Senhor Abravanel, o empresário sofisticado, e na outra por Silvio Santos, o artista popular em pleno picadeiro. Enquanto luta consigo mesmo, nas arquibancadas e nos camarotes o público espectador também se encontra em pleno movimento.

Anexo 5. Resposta do Fale Conosco do Ministério da Justiça

Ministério da Justiça

Quinta-feira, 10 de março de 2007

Celva Reis

Prezado Cidadão,

Obrigado por entrar em contato com o Ministério da Justiça.

Veja a resposta para sua solicitação:

Prezada Sr^a

Cumprimentando-o(a), informo que, extinta a censura em 1988, desde 1990 a competência de informar sobre a natureza das diversões e espetáculos públicos, as faixas etárias a que não se recomendem, bem como locais e horários em que sua apresentação se mostre não recomendada para crianças e adolescentes é do Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação – DEJUS, integrante da Secretaria Nacional de Justiça.

A partir do dia 13 de julho de 2007, com a Portaria 1.220, entraram em vigor novas regras de classificação indicativa para programas de Televisão. Entre os principais pontos estão a vinculação entre faixa etária e horário de exibição e a possibilidade de as próprias emissoras definirem, por meio de autoclassificação, a faixa etária de seus programas.

A co-responsabilidade da família no dever de exercer a classificação indicativa é de suma importância. Daí o caráter indicativo atribuído às obras, devendo pais ou responsáveis estarem atentos para a classificação e, a partir daí, decidir se permitirá o acesso dos menores à obra.

Informo ainda que o programa BIG BROTHER BRASIL 08 está sendo monitorado diariamente pelo nosso Departamento, para averiguação de inadequações, no sentido de decidir por deferir ou não o pedido de autoclassificação feito pela emissora, conforme o exposto no art. 9º da Portaria 1.220: (grifo meu)

Art. 9º. O deferimento ou indeferimento do pedido de autotclassificação, deverá ser proferido pelo Diretor do DEJUS/SNJ e publicado no Diário Oficial da União no prazo máximo de sessenta dias após o início da exibição da obra audiovisual.

Vale lembrar que de acordo com a Portaria nº 36, de 08 de janeiro de 2008, publicada no Diário Oficial da União de 09 de janeiro de 2008, as emissoras de Rádio e Televisão terão até o dia 07 de abril do corrente ano para adequarem suas programações às diferenças de fuso-horário do país.

Congratulo o (a) Sr(a). por participar do processo registrando sua opinião. Demonstrando, inclusive, o cumprimento da co-responsabilidade da família no dever de exercer a classificação indicativa, conhecendo-a e compreendendo sua importância para a sociedade, de forma especial na proteção de crianças e adolescentes.

Para maiores esclarecimentos sobre classificação indicativa de obras audiovisuais recomendamos o acesso ao nosso site, onde o (a) Sr(a). poderá encontrar toda a legislação vigente que regulamenta a Classificação e o Manual da Nova Classificação Indicativa www.mj.gov.br/classificacao.

Atenciosamente,

Celva Reis

Supervisora Geral de Classificação Indicativa

Esplanada dos Ministérios. Palácio da Justiça.

Anexo II, 3º andar, Sala 32 1 .

CEP 70064-900. Brasília - DF

www.mj.gov.br/classificacao 61 - 3429-3660

Anexo 6. Quero ser um Televisor

Balcão de Negócios

Edição IV – Setembro de 2007

A professora Ana Maria pediu aos alunos que fizessem uma redação expressando o que cada um queria que Deus fizesse por eles.

À noite, corrigindo as redações, ela se deparou com uma que a deixou muito emocionada. O marido naquele momento entrou no quarto e a viu chorando e disse:

O que aconteceu? Ela respondeu: – Era a redação de um menino.

E leu a redação que dizia assim: – Senhor, esta noite te peço algo especial. Faça de mim em um televisor. Quero ocupar o seu lugar! Viver como vive a TV da minha casa.

Ter um lugar para mim e reunir minha família ao redor... Ser levado a sério quando falo. Quero ser o centro das atenções e ser escutado sem interrupções nem questionamentos. Quero receber o mesmo cuidado especial que a TV recebe quando não funciona. Quero ter a companhia do meu pai quando ele chega em casa mesmo quando estiver cansado. Quero que minha mãe me procure quando estiver sozinha e aborrecida, em vez de ignorar-me. E ainda que meus irmãos "briguem" para estar comigo. Quero sentir que minha família largue tudo de vez em quando para passar alguns momentos comigo. Por fim, que eu possa divertir a todos. Senhor, não te peço muito... - só quero viver o que vive um televisor!

Naquele momento o marido de Ana disse: – Meu Deus, coitado desse menino! Nossa, que coisa esses pais!

Ela olha e diz: – Essa é a redação de nosso filho.

Anexo 7. SBT Condenado

Jornal O Dia

Quarta-feira, 19 de outubro de 2005

O SBT foi condenado a pagar R\$ 160 mil a família de São João de Meriti por induzir menino a atear fogo ao irmão mais novo. Em 2002, Israel Correia da Costa, hoje com 10 anos, e Mateus Souza da Costa, 9, assistiram a número do mágico Ray Wold no programa Domingo Legal, do Gugu, e imitaram a atração. Ray ateava fogo a si sem se ferir. Já Mateus se queimou em 25% do corpo.

O juiz Heleno Ribeiro Pereira Nunes, da 6ª Vara Cível, ordenou, em decisão do dia 13, que a emissora pague R\$ 80 mil a Mateus, R\$ 60 mil aos pais, Itamar e Adriana, que não viu o momento do acidente, por danos morais. O SBT também terá de pagar pensão vitalícia, cujo valor será definido após perícia. Mateus ainda enfrenta seqüelas, como cicatrizes e dificuldades para andar.