UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Verônica Dantas Meneses

CENÁRIO DA PROGRAMAÇÃO DE TV REGIONAL ABERTA NO BRASIL: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Brasília
2010

Livros Grátis

http://www.livrosgratis.com.br

Milhares de livros grátis para download.

Verônica Dantas Meneses

CENÁRIO DA PROGRAMAÇÃO DE TV REGIONAL ABERTA NO BRASIL: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Tese apresentada ao programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, linha de pesquisa Imagem e Som, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Comunicação.
Orientadora: Profa. Dra. Tânia Siqueira Montoro

Brasília
2010

Verônica Dantas Meneses

CENÁRIO DA PROGRAMAÇÃO DE TV REGIONAL ABERTA NO BRASIL: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Brasília, 09 de março de 2010

BANCA EXAMINADORA

_____

Profa. Dra. Tânia Siqueira Montoro (orientadora)
Universidade de Brasília

_____

Profa. Dra. Lavina Madeira Ribeiro
PPG/COM
Universidade de Brasília

_____

Profa. Dra. Laura Maria Coutinho
Faculdade de Educação
Universidade de Brasília

_____

Profa. Dra. Rosa Maria Berardo
Faculdade de Artes Visuais
Universidade Federal de Goiás

_____

Profa. Dra. Maria Heloíza P. de Toledo Machado
Departamento de Cinema e Vídeo
Universidade Federal Fluminense

_____

Prof. Dr. Armando Bulcão (Suplente)
PPG/COM
Universidade de Brasília

Dedico este trabalho à minha família amada, sobretudo minha mãe Josefa e meu pai Oliveira, pelo suporte emocional, pela carga de simplicidade que me mantiveram firmes em meus valores, pelo amor que ajudou a compreender minha ausência.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, de modo especial e carinhoso, à professora Tânia Montoro, que me acolheu, que me inspirou; a quem devo a finalização deste trabalho.

Ao professor Fernando Bastos (*in memorian*), pessoa e professor exemplar que me fez descobrir uma outra comunicação.

Aos professores, técnicos e secretários do PPGCOM/UnB e aos membros da banca avaliadora deste trabalho pelo aceite e compreensão.

Aos profissionais que contribuíram para a aquisição de informações sobre emissoras e programas Diomar Naves (produtor musical/Tocantins), Bruna Piassi (TV Alterosa), Graça Barbosa (TV Cultura/AM), Rogério Silva (TV Anhanguera-TO), Bareta (TV Atalaia/SE), Alexandre Fradkin (TV Brasil), Paulo Sobrado (SBT Santa Catarina), Sueli Barbosa e Penha Torres (TVU PE), Claudia Edlein (TV Aperipê), Luciana Capiberibe (jornalista/Amapá).

Às amigas que tanto contribuem para o sossego do meu coração Lúcia Helena e Lenu Muricy, e as que são presentes de Brasília para mim Eliana Pereira e Mila Saito.

Às "cinco elementos" que formam um círculo efetivo de carinho e companheirismo na minha vida profissional e afetiva Fátima Caracristi, Marluce Zacariotti, Valquíria Guimarães e Lúcia Helena Mendes Pereira (eu mesma complemento o quinteto, claro!).

Aos amigos e profissionais admiráveis Chico Daher, Carlos Franco, Fábio D'Abadia, Célia Sales, Marco Tullio, Nonata Moraes, Rafael Mano, Waldeir Alves, Gustavo Caliari, Anelise Kappes, Tarso Alvim, José Fernandes de Lima e Marcos Pedroso, cada um ao seu modo mostra-me que a presença neste mundo deve ser significativa, intensa.

Aos professores do Curso de Comunicação da UFT, companheiros de esperanças no árduo terreno do ensino superior no Brasil e na Região Norte deste país.

Às companheiras de jornada na UnB pelas aflições, frustrações e vitórias compartilhadas Cynthia Miranda e Sílvia Belmino.

Àqueles que aprendi a admirar na estada brasiliense Silvana Francisco, Letícia Renault e Claudinho Ferreira.

Ao Deus de todas as horas.

A rua sente nos nervos essa miséria da criação, e por isso é a mais igualitária, a mais socialista, a mais niveladora das obras humanas.
João do Rio.

RESUMO

Este estudo analisa o panorama da programação regional da televisão aberta no Brasil. Baseado nos Estudos Culturais em Comunicação. Analisou-se a programação local das emissoras regionais afiliadas às principais redes de televisão comercial (Rede Globo, SBT e Rede Record) e emissoras públicas de cada Estado. O segundo momento da pesquisa analisou oito programas regionais a fim de verificar como a realidade da TV regional articula-se com o cotidiano e as identidades culturais. Percebeu-se que as emissoras públicas contam com mais liberdade para escolher programas, quer próprios quer produzidos por outras emissoras associadas à TV Brasil, e as emissoras comerciais ainda adotam a padronização para ganhar força e fixar a sua imagem. Percebeu-se ainda que programas de entretenimento são predominantes, mas eles são diferenciados por meio da construção e atualização de novos códigos televisivos e referenciais culturais locais distanciando-se das generalizações e dos modelos impostos pelas redes nacionais de televisão.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura. Identidades. Televisão Regional. Programação local.

ABSTRACT

This paper analyzes the framework of regional open television programming in Brazil. Based on Cultural Studies theories in Communication, it examines regional programming at local affiliates of major commercial television networks (*Rede Globo*, *SBT* and *Rede Record*) and at local public broadcasting companies in each State of Brazil. At another moment it examines eight regional programs to in order to verify how the reality of regional TV is articulated with daily life and cultural identities. It was noticed that public broadcasters have more freedom to choose programs, whether they are internally produced or produced by TV Brazil Network affiliates, while commercial broadcasters still adopt standardization in order to gain strength and establish their image. It was also noticed that entertainment programs are predominant, but they are differentiated by the construction and upgrading of new television codes and local cultural references, stepping away from generalization and models imposed by national television networks.

KEYWORDS: Culture. Identities. Regional television. Local programming.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Freqüência dos programas locais por tipo de emissora **120**
Tabela 2: Freqüência dos programas locais por região e rede **120**
Tabela 3: Resumo dos temas recorrentes na programação regional de televisão **133**
Tabela 4: Quadro comparativo programas locais por emissoras regionais e por região **187**
Tabela 5: Freqüência dos programas locais por tipo de emissora e por Região **188**
Tabela 6: Programas locais por rede de televisão **188**
Tabela 7: Freqüência dos programas locais por região e rede **189**
Tabela 8: Freqüência dos programas locais por Estado e Rede **190**
Tabela 9: Parcerias na produção/exibição de programas locais das emissoras **197**
Tabela 10: Categorias televisivas dos programas locais por Estado da federação **199**
Tabela 11: Categorias televisivas por emissoras/rede **201**
Tabela 12: categorias televisivas por região do país **202**
Tabela 13: Gêneros e categorias televisivas da programação regional **204**
Tabela 14: Principais temáticas dos programas regionais da pesquisa **209**
Tabela 15: Síntese das temáticas dos programas regionais de televisão comercial **210**

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Formatos **114**
Quadro 2: Audiência média de redes de televisão aberta **117**
Quadro 3: Cobertura das emissoras nos municípios brasileiros **117**
Quadro 4: Faturamento das emissoras abertas em 2005. **118**
Quadro 5: Expectativa de crescimento das emissoras abertas **118**
Quadro 6 : Níveis de codificação da TV **126**
Quadro 7: Tempo total de programação local por Estado por minutos semanais **192**
Quadro 8: Tempo de duração dos programas por Região do país **194**
Quadro 9: Tempo de duração dos programas por redes das afiliadas **195**
Quadro 10: Afiliadas das Redes que exibem mais reprises na grade de programação **195**
Quadro 11: Estados que mais mantêm reprises na grade de programação **196**
Quadro 12: Temas regionais por Região do país nas coligadas às redes Globo, Record, SBT e TV Brasil **212**
Quadro 13: Temáticas relacionadas ao meio ambiente na programação de televisão regional **215**
Quadro 14: Programas locais com temáticas para o público jovem por região **216**

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Transcrição 127
Figura 2: Logomarca *Carrossel da Saudade* 223
Figura 3: Banner on line de divulgação do programa Raízes 228
Figura 4: Cartaz *on line* apresenta os trajes do apresentador e a marca do programa 229
Figura 5: Logomarca do programa *Fora do Eixo* 234
Figura 6: O apresentador Bareta no cenário do programa Tolerância Zero 242
Figura 7: Bareta anunciando produtos ao vivo no cenário 245
Figura 8: Marca do Programa Frutos da Terra 249
Figura 9: Hamilton Carneiro conversa com os humoristas Nilton Pinto e Tom Carvalho 250
Figura 10: Don e Juan na arena que compõe o cenário 255
Figura 11: Marca do programa Terra da Gente 259
Figura 12: Boca e a Filha conversam sobre a crise financeira e o futuro e o bebê 265

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO **13**

1.1 A construção do objeto de conhecimento 15

1.2 Objetivos e Hipóteses da Investigação 18

1.3 Organização do Trabalho 20

2. COMUNICAÇÃO E CULTURA **21**

2.1 Cultura e mediações no cotidiano 21

2.2 Identidades, diferenças e diversidade cultural 28

2.3 Televisão e processos culturais 37

2.4 Mediação televisiva nos contextos regionais 44

3. O CENÁRIO DA TELEVISÃO REGIONAL NO BRASIL **52**

3.1 Demandas por uma nova televisão 52

3.2 A Regionalização da Televisão no Brasil 57

3.3 Global/Regional/Local 60

3.4 Televisão Regional: Conceitos e Atuação 65

3.5 Emissoras Regionais e as Redes de TV 71

3.6 Programação Regional da Televisão Aberta 76

4. DESENHO METODOLÓGICO DA PESQUISA **90**

4.1 *Corpus* e Etapas de Análise 92

4.2 Programação, Categorias, Gêneros e Formatos 95

4.2.1 Programação e Grade Horária 95

4.2.2 Programa Local 97

4.3 Categorias de Classificação Geral de Programas de Televisão 99

4.4 Etapas da Pesquisa Empírica 115

4.4.1 Primeira parte: panorama da programação regional e local 115

4.4.2 Segunda parte: Análise do produto audiovisual 122

4.4.3 Justificativa e Seleção dos Programas para Análise 131

4.4.4 Seleção dos Programas para a Análise Qualitativa Posposta 134

5. TELEVISÃO BRASILEIRA: PROGRAMAÇÃO E CONTEXTOS POLÍTICO-ECONÔMICOS E SÓCIO-CULTURAIS **141**

5.1 Desenvolvimento do modelo de programação da TV no Brasil 142

5.2 O modelo concentracionista e a regionalização da televisão brasileira 148
5.3 A TV Pública 156
5.4. O regional e o local na programação da televisão aberta no Brasil 163
5.4.1 Aspectos gerais 163
5.4.2 Programação da televisão aberta 168
5.5 Panorama da programação em canais alternativos: redes regionais independentes da TV aberta e paga 179
6. PANORAMA DOS PROGRAMAS REGIONAIS DE TELEVISÃO NO BRASIL 186
6.1 Dados Gerais dos Programas: Emissoras Locais e Redes Nacionais 186
6.2 Parcerias e Produções Independentes 196
6.3 Categorias Televisivas 198
6.4 Gêneros e Formatos 203
6.5 Temáticas e Regionalidade 208
6.6 Algumas Considerações: Diversidade Cultural na Programação na Televisão Regional 217
7. ESTUDOS DE CASO: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS DE PROGRAMAS REGIONAIS DE TELEVISÃO 222
7.1 Programa *Carrossel da Saudade* 222
7.2 Programa *Raízes* 227
7.3 Programa *Fora do Eixo* 234
7.4 Programa *Tolerância Zero* 239
7.5 Programa *Frutos da Terra* 248
7.6 Programa *Don e Juan e sua História* 253
7.7 Programa *Terra da Gente* 257
7.8 Programa *Especiais RBS - Aventuras da Família Brasil* 262
7.9 Algumas Conclusões 269
CONCLUSÕES 276
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 288
APÊNDICES 303

1. INTRODUÇÃO

Esta pesquisa tem como objeto de estudo a programação regional da televisão aberta no Brasil. O primeiro momento traçou um panorama da programação local das emissoras regionais afiliadas às principais redes de televisão comercial aberta e às emissoras públicas de cada Estado da federação. No segundo momento, analisou-se oito programas regionais, de cada Região do Brasil, a fim de verificar como a realidade da TV regional articula-se com o cotidiano e as identidades culturais.

Gostar de televisão é antes de tudo ir além de olhos passivos e indiscriminatórios diante de seus conteúdos. Ter a sensibilidade, assim como um químico, de discutir sua "fórmula", testar, para chegar, enfim, a uma "solução" que melhor se aproxime dos resultados esperados. Assim, observamos a televisão e as potencialidades de sua inserção no mundo individual e coletivo, na vida social e nas trocas simbólicas cotidianas.

O questionamento inicial que motivou a pesquisa foi observar a forma como algumas manifestações culturais são revividas em programas locais de televisão, e observar ainda como muitos programas regionais conseguem atingir níveis de audiência maiores que programas consolidados nas redes nacionais e comerciais. A televisão e os meios de comunicação de maneira geral, na atualidade, são instituições que também oficializam, demarcam a importância e a hierarquização dos temas do cotidiano, legitimam comportamentos e ações da sociedade, tornam-se arenas onde se cruzam valores sociais, identidades culturais e signos comunitários distintos.

A televisão, presente em 99% dos lares brasileiros, tem se constituído em um espaço de construção e (des)construção das identidades culturais, parte do circuito cultural necessário à afirmação das identidades e do reconhecimento dos atores sociais ao seu território. Observamos, em pesquisa anterior[1], que um processo de

[1] MENESES, Verônica Dantas. **Mídia e Terceiro Setor em Sergipe: constituição de um novo espaço de cidadania**. 2003. 119f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão/SE: 2003.

apropriação de valores e aspectos culturais de determinada região é feito pela televisão, buscando muitas vezes ser reconhecida pelo público como portadora dos códigos culturais do lugar e pelo compromisso com o público ao qual se dirige.

Essas observações mostram que a televisão não é um simples objeto de transmissão de dados, massivo e manipulador, pois se constitui cada vez mais parte da vida social e cultural; é lugar de realização e reprodução de sentidos e significações não simplesmente do presente, mas formadores da vida cotidiana e dos processos identitários no mundo globalizado, constituinte de um tipo "*entre-lugar*" dentro de um tempo histórico que é ao mesmo tempo "presença e substituição" (BHABHA, 1998, p. 221).

Transformações mais efetivas da televisão ganham centralidade no momento atual. Junto com processos técnicos - a digitalização do meio – temas como a segmentação, a regionalização dos conteúdos e a interatividade passam a fazer parte do debate público, a fim de atender aos interesses, demandas e especificidades culturais de cada região, Estado ou cidade. O momento, portanto, é de possibilidades de mudanças efetivas na direção de uma televisão mais plural e com uma nova postura frente ao seu público.

Partindo dessas análises, pensamos na forma como os conteúdos são regionalizados em emissoras locais às quais estão envolvidas em um sistema de redes televisivas de abrangência nacional. Nos contornos que permeiam a negociação entre as televisões regionais e os espaços reservados para conteúdos locais pelas redes nacionais, e, sobretudo, nas formas trabalhadas pelas emissoras para preencherem estes espaços, encontra-se nosso foco nesta pesquisa.

Por ocasião da apresentação de alguns resultados em congressos de Comunicação no Brasil, questionamentos foram feitos sobre a dinâmica da programação das emissoras regionais demonstrando a importância de estudos mais abrangentes e provocando a continuidade desta discussão. Busca-se, portanto, preencher possíveis lacunas nos estudos da televisão regional para refletir sobre os contextos nos quais as emissoras regionais produzem seus programas, e, assim, contribuir para a definição de um panorama que servirá de base para reflexões mais específicas e pontuais, quer sobre as estratégias de produção e exibição dos conteúdos locais nas emissoras regionais, quer no que se refere aos conceitos de programa regional e de televisão regional.

Com vistas a recortar melhor o objeto de conhecimento desta investigação, nosso olhar voltou-se para os programas que estão inseridos nestes espaços de visibilidade pública, as emissoras regionais de TV aberta, comerciais e públicas afiliadas a redes nacionais de televisão. Estes programas promovem escolhas, apresentam-se como a efetividade física em que circulam os códigos culturais/identitários por meio da ação da linguagem audiovisual específica da televisão. Em suma, é a regionalização da televisão um espaço de mediação e articulação de culturas, identidades culturais e sociabilidades, e neste sentido esta pesquisa torna-se relevante, pois evidencia as dinâmicas congruentes entre TV regional e processos culturais específicos e dinâmicos.

1.1 A Construção do Objeto de Conhecimento

Atender a "finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas", promover a cultura nacional e regional e priorizar a "regionalização da produção cultural, artística e jornalística"[2]. Assim a Constituição de 88, no artigo 221 do capítulo da Comunicação, inscreve as funções precípuas da programação e da produção na televisão brasileira.

A partir desta constatação, iniciamos um caminho de observação no âmbito da programação da televisão aberta no Brasil, no sentido de perceber como se constroem as regionalidades e como se negociam identidades e diferenças culturais na "telinha". Optamos por analisar a produção de programas regionais e locais de televisão e as modalidades de visibilidades do regional que esses programas apresentam. A televisão aberta tem presença efetiva no cotidiano da sociedade brasileira, constituindo-se em canal de mediação social e cultural cuja programação é vivida, atualizada e julgada pelas audiências.

Este trabalho problematiza as relações entre as culturas locais e os conteúdos televisivos locais/regionais na experiência da cotidianidade do consumo de televisão. Interessa-nos identificar e interpretar as configurações desta linguagem

[2] Constituição Federal, Art. 221. Brasil, 1988.

audiovisual e de seus códigos (re)trabalhados nos contextos regionais. O intuito é oferecer um mapeamento analítico do que se configura no Brasil atual a regionalização da TV brasileira.

A contemporaneidade aponta para processos de sociabilidades que se fundem em contextos interculturais. São processos complexos, pois reúnem antigas e novas relações sócio-culturais: das já existentes, desde a formação cultural brasileira, até as relações interculturais além fronteiras, quer virtuais ou efetivas, por meio dos processos migratórios e da globalização.

Os meios de comunicação, sobretudo a televisão, são os principais depositários destes processos e diversos programas de televisão já demonstram que esta tendência se afirma cada vez mais. Um exemplo é o "Canal Integración" [3], exibido pela TV Brasil, o qual passa a divulgar conteúdos da América Latina, visivelmente renegados na história da televisão comercial brasileira. Do mesmo modo, observa-se a importância que vem tomando as notícias internacionais e os destaques que alguns assuntos localizados ganham em emissoras de todo o mundo.

Sobretudo os programas locais e regionais de entretenimento - show, musical, cultural, ou jornalísticos especiais – reportagens, revistas eletrônicas, buscam abordar aspectos de identificação das pessoas com o seu lugar, sua cultura e sua história. Mas tal processo não acontece sem confrontos, sobretudo no Brasil, cuja consolidação da televisão se desenvolveu dentro de um modelo comercial altamente concentrado e com fortes influências políticas.

Autores como Nilda Jacks, Anamaria Fadul e Rogério Bazi vêm desenvolvendo pesquisas que apontam para o potencial articulador da televisão regional tanto no sentido da valorização de identidades locais quanto da sua tendência a se inserir nos eventos e acontecimentos diários da região onde está localizada. Os trabalhos de Rogério Bazi (2001) destacam que as programações regionais e locais buscam mostrar suas características próprias, bem como suas culturas específicas aproximando, então, as emissoras regionais de mercados promissores.

[3] TV pública do Brasil para o exterior, que pretende mostrar a pluralidade cultural brasileira e da América do Sul e que trabalha em intercâmbio com outros produtores audiovisuais da América do Sul.

A regionalização das redes nacionais de televisão não se dá sem conflitos, pois, seja pelo controle e competição pela audiência da rede-mãe, seja pela dependência do mercado - busca de anunciantes e de credibilidade da emissora afiliada - a produção de programas muitas vezes ultrapassa os limites do território onde está inserida e nem sempre é garantia de igualdade. O autor destaca no estudo sobre a rede EPTV (Emissoras Pioneiras de Televisão), do interior de São Paulo, a cobertura da cidade mais importante de uma região em detrimento das demais. As presentes observações nos indicam um caminho conceitual a ser destrinchado neste trabalho: o conceito de regionalização não implica apenas na definição do papel da emissora local, mas no próprio conceito de televisão regional. E nesse sentido, a vinculação das emissoras regionais a redes de televisão de alcance nacional complexifica a configuração das relações entre o local/regional e o nacional.

Ao perceber a importância que tem esse tema para os diversos processos sociais contemporâneos verificamos que é preciso explorar mais as formas regionalizadas e localizadas de comunicação midiática televisiva. Dessa forma, viabilizar-se-á uma significante contribuição com dados que ampliem o conhecimento científico sobre o papel e as formas de dinamização dos meios de comunicação regionais.

A produção científica sobre o tema ainda é esparsa, em que pese a presença efetiva da televisão consolidando-se como veículo de impacto na vida social e cultural dos brasileiros. Torna-se necessário desenvolver pesquisas mais aprofundadas e amplas que revelem, longe dos ditames críticos apocalípticos, a forma como a programação de televisão regional está distribuída no Brasil e as tendências em relação aos conteúdos audiovisuais e à inserção das audiências plurais e localizadas no espaço televisivo.

Sobretudo a partir da Constituição de 88, da Lei do Audiovisual de 1993, editais de fomento à produção audiovisual pela TV pública, entre outros, têm-se modificado as discussões atuais sobre a Televisão Cultural Ibero-Americana (TCI) e o panorama da produção de programas televisivos. Nesse sentido, o presente estudo busca contribuir com a demanda de pesquisas nessa área, a fim de traçar o panorama dos programas regionais e locais da televisão aberta e suas relações com os processos de promoção da visibilidade das identidades culturais e da valorização

do (re)comunitarismo na sociedade globalizada, por meio da mediação audiovisual televisiva.

Cabe salientar que o interesse central do presente estudo não é classificar a mídia televisiva como vilã ou potencializar sua vocação democrática, mas a partir de contextos a serem analisados apresentar possibilidades de relações mais dialógicas entre a sociedade, a cultura e a televisão, por meio de maior inserção de programação regional e local.

Com base no exposto, cumpre-nos inserir a discussão da televisão regional no âmbito do seguinte problema de pesquisa: Que relações podem ser estabelecidas entre a programação da televisão regional, sua linguagem e seus códigos audiovisuais, e os contextos culturais da sociedade brasileira?

1.2 Objetivos e Hipóteses da Investigação

O objetivo geral desta tese é aprofundar a análise da relação entre a programação de televisão regional e a dinamização das culturas locais na produção dos conteúdos televisivos. Partimos da hipótese de que a televisão regional vem buscando diferenciar sua programação a partir de novos códigos e referenciais culturais locais distanciando-se das generalizações e dos modelos impostos pelas redes nacionais de televisão aberta.

Outros objetivos delineiam-se a partir desta proposta de pesquisa:

- Compor um panorama dos programas regionais e locais na televisão brasileira aberta revelando o conteúdo e as características gerais da programação regional. A análise localiza o problema dentro dos marcos regulatórios da legislação brasileira quanto à televisão aberta.
- Identificar os principais gêneros, formatos e temáticas da produção regional e local da televisão aberta.

- Interpretar os contextos nos quais as manifestações culturais regionais são representadas pelos programas de televisão locais e regionais no que diz respeito à construção de identidades, sociabilidades e formas de mediação entre programa e público.
- Discutir as relações entre identidades coletivas locais e os processos de globalização.
- Analisar as modalidades de representações audiovisuais identitárias e de formas de mediações estabelecidas entre audiências e a produção de programas.

Ao elencar os objetivos, algumas problematizações surgiram em torno do nosso objeto de pesquisa e ajudaram a compor um quadro teórico-metodológico adequado ao estudo da programação da televisão regional aberta à luz dos objetivos traçados, a saber:

- De que maneira a programação de TV regional revela seus públicos?
- Qual a especificidade da linguagem e códigos televisivos na televisão regional?
- A programação da televisão regional reflete as funções da regionalização colocadas no marco da legislação brasileira no que concerne à busca da pluralidade e diversidade cultural?
- Que mediações se estabelecem entre o mundo da vida e as experiências estéticas e artísticas dos produtos da TV?
- Como os programas regionais de televisão mobilizam conhecimentos e experiências nas fronteiras tênues dos gêneros e formatos da programação televisiva?
- A televisão regional atualiza as relações sociais de troca nos contextos de comunidade?

1.3 Organização do trabalho

Entende-se que os programas das emissoras regionais configuram-se como lugar de trocas simbólicas, espaço de realizações cotidianas e do fazer criativo onde a cultura se constrói por meio das (re)configurações e (re)leituras que os produtores locais fazem do conteúdo televisivo das redes. Nesse sentido, a televisão regional atualiza e constrói códigos televisivos em seus níveis de realização, quais sejam: realidade, representação e ideologia, performando e reorganizando a realidade da sua televisão como meio social e cultural. Estes construtos serão discutidos nos próximos capítulos, por meio da análise da programação e de programas regionais a partir de bases teóricas alicerçadas nos estudos culturais e estudos culturais da televisão e nos estudos sobre o cotidiano, embasados nas teorias de autores como Michel De Certeau, Raymond Williams, Homi Bhabha e John Fiske.

No primeiro capítulo discutimos o conceito de cultura aliado aos Estudos Culturais, às relações sociais cotidianas e à função mediadora da televisão como instituição social e cultural. No segundo capítulo conceituamos a televisão regional dentro de uma perspectiva espacial, temporal e cultural. O terceiro capítulo apresenta os procedimentos metodológicos para analisar a programação regional e as dinâmicas culturais nos programas locais selecionados. O quarto capítulo aborda o cenário da programação da televisão aberta no Brasil, o modelo de programação predominante e as articulações entre a programação das redes nacionais e a programação das afiliadas a estas redes. Uma cartografia dos programas locais da televisão aberta foi desenvolvida e apresentada no capítulo cinco, em que se evidenciam gêneros, formatos, temáticas e características gerais dos programas e da programação regional no Brasil. O capítulo seis analisa oito programas regionais e aponta dinâmicas articuladoras nos níveis da realidade, da representação e das conformações culturais que estas produções operam.

2. COMUNICAÇÃO E CULTURA

Neste capítulo, discuti-se a relação entre comunicação e cultura dentro da perspectiva da construção de identidades como especificidades vinculadoras entre membros de uma comunidade ou grupo social e por isso mesmo como processo em permanente transformação no mundo contemporâneo. Esta posição confronta-nos com a ideia de localidades e nacionalismo e as suas inerentes diferenças internas. Nesse sentido, falar em diferenças culturais é antes de tudo voltar o olhar para a própria nação, é remeter a conceitos como regionalidade, hibridismo e diversidade.

2.1 Cultura e as mediações no cotidiano

O mundo, as coisas da vida, são essencialmente constituídos por processos de comunicação. E nesse sentido, o homem produz e é produto da realidade, da vida social como processualidade constantemente legitimada pelas instituições e organizações sociais, tradições culturais, pela ciência, pelas artes etc. A vida em sociedade, conforme Berger e Luckmann (1980, p. 39), é marcada pela linguagem, que “enche esta vida de objetos dotados de significação”.

É na vida cotidiana que comunicamos, expressamos estes significados, que podem ser gerados por experiências presentes ou passadas, próximas ou distantes, vividas pelo sujeito ou testemunhadas. Ou seja, vão além da demarcação temporal, espacial e até mesmo social. A vigilância e o controle social na atualidade são, neste ínterim, mediados por instituições e espaços virtuais. E é por meio da comunicação na vida cotidiana que tanto a subjetividade e a identidade individual quanto à estrutura social e identidades coletivas são evidenciadas. São questões que possibilitam pensar a cultura como uma construção tanto individual como coletiva, pois congregam as interferências que os sujeitos sofrem do meio social sem as quais não se formaria a individualidade e não se poderia intervir na natureza de acordo com as necessidades individuais e coletivas.

A análise de Terry Eagleton chama a atenção para os processos sociais que marcam a formação cultural dos povos, neste sentido, a cultura ganha contornos políticos no sentido de estabelecer os limites da nacionalidade e fixar/negar as culturas coloniais:

> Devemos nossa noção moderna de cultura em grande parte ao nacionalismo e ao colonialismo, juntamente com o desenvolvimento de uma Antropologia a serviço do poder imperialista. Aproximadamente no mesmo ponto da história, a emergência da cultura "de massa" no Ocidente conferiu ao conceito uma urgência adicional. (...) Segundo certa perspectiva, nacionalismo é aquilo que adapta vínculos primordiais a complexidades modernas. À medida que a nação pré-moderna dá lugar ao Estado-nação moderno, a estrutura de papéis tradicionais já não pode manter a sociedade unida, e é a cultura, no sentido de ter em comum uma linguagem, herança, sistema educacional, Valores compartilhados etc., que intervém como o princípio de unidade social. A cultura, em outras palavras, chega intelectualmente a uma posição de destaque quando passa a ter uma força politicamente relevante (EAGLETON, 2005, p. 42).

Sob esses aspectos, a Cultura apresenta contornos teóricos e empíricos diversos. A complexidade do seu significado mapeia a mudança histórica da humanidade de sua existência rural para a urbana, o que inclui a presença efetiva e decisiva dos meios tecnológicos nas vidas das pessoas.

Enveredar um estudo pelo campo da relação entre Comunicação e Cultura requer compreensão destes processos culturais que emergem por meio do diálogo. Algumas variações na definição do termo Cultura culminaram na orientação do olhar dos estudiosos das humanidades para o próprio modo de vida de uma sociedade, para as heterogeneidades dentro do espaço-nação.

A cultura ganha, portanto, novas configurações. Segundo Heller e Fehér (1998), o termo "cultura" ou "civilização", criado pelo Ocidente, revela uma proposição universal e pluralista no sentido de que existem outras culturas junto com a ocidental, inferiores, superiores ou simplesmente diferentes dela. As relações entre culturas, no entanto, sempre foram temporalizadas, assim historicizadas, o que pressupõe que o portador de uma cultura tenha determinadas identificações e compromissos com ela.

Com a emergência dos Estudos Culturais no âmbito da Comunicação, podemos compreender, de maneira mais dinâmica e menos determinista, a complexa relação entre comunicação e cultura na contemporaneidade. Por meio de

uma revisão dos conceitos deterministas do marxismo clássico e de outras atualizações conceituais como as de Antonio Gramsci e Louis Althusser, da linguística de Saussure e Barthes e da Teoria Crítica, os Estudos Culturais traçaram perspectivas de análise mais dinâmicas dos processos culturais, da História e do cotidiano. Alguns destes diálogos contribuem para fundar as reflexões de um dos fundadores dos Estudos Culturais, Raymond Williams.

A obra de Raymond Williams contempla o termo cultura como um texto estético e filosófico além de um lugar de conflito político. É sobretudo a recuperação da essência do conceito, de tomar consciência histórica do conceito para desenvolver uma análise cultural séria, que originou o estudo das formas culturais (WILLIAMS, 1980, p. 21).

Para o autor, a cultura é um processo que agrega as experiências vividas e cotidianas das pessoas. A cultura é construída por meio das experiências dos indivíduos frente às transformações sociais e, neste sentido, está em constante processo de mudança. Contudo, também carrega a marca do legado na medida em que congrega as práticas culturais na materialidade da vida em sociedade por meio de uma processualidade histórica comum e por meio da herança, do legado cultural que conforma a história distinta de cada povo. Diferencia-se, portanto, a cultura vivida em um determinado momento histórico e a cultura humana geral, esta construída por meio da "tradição seletiva", que atualiza o passado estabelecendo certa continuidade histórica e a fixação de valores humanos mais universais.

Do ponto de vista metodológico a influência dos Estudos Culturais recai numa análise qualitativa em que o interesse incide nos valores e sentidos vividos pelos indivíduos. Este deslocamento formula outros sentidos para cultura na modernidade a partir de três direções. A primeira direção transita por uma definição "antropológica de cultura", como prática cultural e experiência social entre os indivíduos; o segundo movimento segue por uma definição mais histórica de prática cultural, questionando o significado da universalidade dos conceitos de formação social, de poder cultural, de dominação e regulação, e de resistência e luta. A terceira direção analisa as experiências dos sujeitos frente aos produtos dos meios de comunicação, não mais como receptores coletivos, mas como pessoas, indivíduos. Por estas diferenciações, podemos entender as três definições de cultura em Williams: Uma definição ideal de cultura que expressa os valores universais do ser humano, a segunda definição a

partir do registro das experiências e do pensamento humanos e uma terceira definição de cultura, aquela que é social, que consiste na descrição de modos de vida particulares.

Essas concepções de cultura são tensionadas pelos Estudos Culturais Britânicos, ancorados na Escola de Birmingham[4], e conduzem as futuras reflexões sobre cultura a partir de conceitos marxistas como ideologia, forças produtivas e determinismo econômico. É por meio deste confronto com a teoria marxista que surge o que Williams denominou de teoria materialista da cultura. Por esta lógica, a tradição e a prática cultural estão associadas a uma área de realidade maior do que as abstrações de "*experiência social*" e "*econômica*". O autor pensa a cultura como mais que reflexo de processos históricos e sociais e essencialmente como *mediadora* e parte destes processos (culturais, econômicos, políticos, experiências, valores, significações). Assim, o conceito de hegemonia que substitui o de ideologia e a cultura tomada como processo em oposição ao determinismo econômico, mobilizam as transformações sociais e as práticas cotidianas entre grupos dominantes e grupos dominados.

Nos processos culturais as negociações são articuladas no cotidiano, mas não são necessariamente determinadas pelas relações de produção. Muito mais do que poder econômico, a hegemonia age por meio de relações sociais e culturais, por meio de valores engendrados e efetivados nas experiências cotidianas. A hegemonia está em constante formação, nesse sentido, um grupo para ser hegemônico deve revelar, além da liderança econômica, uma proeminência social, política e cultural as quais são efetivadas por meio da própria sociedade civil. Sendo assim, a prática hegemônica nunca poderá alcançar e emblemar toda uma estrutura social e suas experiências.

O processo de construção da hegemonia ainda combina outros processos culturais, como as tradições e as instituições, que conformam negociações entre elementos do passado e do presente e comporão formações sociais específicas, um "local de cultura", o qual sempre será único e dinâmico. A articulação[5] é o elo que

[4] Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) fundado em 1964. Seu primeiro diretor foi Richard Hoggart, substituído por Stuart Hall em 1979.

[5] O conceito de articulação foi retrabalhado pelos Estudos Culturais e refere-se ao que foi desenvolvido por Laclau e Mouffe que questiona conexões determinantes e absolutas entre diferentes

nos faz entender, portanto, que não há uma relação binária e determinista entre os meios de produção e a ideologia no sentido marxista[6]. Ou seja, as classes dominadas não são esvaziadas de ação política, as experiências cotidianas compõem o que Williams denomina de "*um processo social vivido"* na totalidade do tecido social.

Como processo, portanto, todos os grupos sociais se apropriam seletivamente do patrimônio cultural herdado e também podem misturar outros contextos culturais. A cultura de um determinado grupo pode conter traços de uma cultura dominante, mas se dá sobretudo nas relações com outros grupos e classes sociais construindo um processo cultural dinâmico realizado nas experiências e relações sociais diárias.

Considerando que a ideia de cultura em Williams é um processo contínuo, moldado pela ação dos indivíduos e pela dinâmica de formas culturais em constante atualização pela experiência histórica, podemos compreender como estas formas culturais materializam esta experiência. Na análise do autor, as instituições formais e informais da sociedade são o campo de socialização e incorporação da hegemonia. É também por meio das instituições formais que a hegemonia é reafirmada. Instituições como família, igreja e escola reforçam os significados, valores e atividades recuperados pela tradição seletiva e exercem pressões sobre as relações sociais e os modos de vida. Por outro lado, nas formações culturais as experiências humanas ganham mais praticidade e dinamicidade. De acordo com Ribeiro (2004, p. 29), as "'formas culturais' concernem a determinados padrões, modelos, estruturas de construção da linguagem, por meio dos quais certas significações são elaboradas e expressas". É no confronto entre as instituições e as formações culturais que a sociedade se dinamiza e a história se constrói.

No entendimento de cultura como processo é que poderemos perceber os elementos que compõem as relações sociais nas sociedades, não apenas o econômico, mas o cultural, o sentimental, o identitário. Algumas dinâmicas culturais que constatam a cultura como processo centrado nas experiências cotidianas podem ser também encontradas nas obras de Homi Bhabha e Michel de Certeau.

---

práticas sociais, mas sim uma correspondência historicamente produzida. C.f.: LACLAU, E. e MOUFFE, C. Politics and Ideology in Marxist Theory. Londres, Verso, 1976.

[6] O conceito refere-se a um conjunto de normas e valores que refletem o pensamento da classe dominante e é responsável por manter um grupo social no poder, por meio da liderança econômica (estrutura *versus* superestrutura).

Os estudos de Bhabha apontam a cultura evidenciada em discursos diversos traduzidos pelas instituições. São discursos que sempre evidenciam dois momentos referenciados mutuamente: o primeiro discurso formado por elementos hegemônicos, sobretudo porque para se afirmar, um grupo social deve compor um discurso que abrigue as diferenças socioculturais. A partir desta evidência, *práticas residuais* permeiam o outro discurso: o discurso dos povos subordinados de afirmar tradições culturais e recuperar suas histórias, o qual na verdade, acaba por conformar um fetichismo de identidades e fixar culturas coloniais do passado.

Contudo, é o embate entre estes discursos que move a História, como a construção de um novo lar. A atividade negadora consiste justamente em perceber o distanciamento presente na "re-locação do lar e do mundo (estranhamento-*unhomeliness*), ao passo em que um novo lar se compõe, e com isso novas conformações da vida social e das esferas privada e pública (BHABHA, 1998, p. 31).

O discurso colonial trabalha com a lógica da inversão – negação *vs* estranhamento, e consequentemente torna visível o estranhamento e esconde as diferenças. No momento em que um grupo social evidencia essas diferenças no espaço público tornam a ser evidenciadas diferenças historicamente e hegemonicamente ocultas e que devem ser questionadas, mas nem sempre são combatidas. Esta presente ambivalência é exemplificada por Bhabha:

> O feminismo especifica a natureza patriarcal, baseada na divisão dos gêneros, da sociedade civil e perturba a simetria entre público e privado, que é agora obscurecida, ou estranhamente duplicada, pela diferença de gêneros que não se distribui de forma organizada entre o privado e o público, mas se torna perturbadoramente suplementar a eles. Isto resulta em redesenhar o espaço doméstico como espaço das modernas técnicas normalizantes, pastoralizantes e individualizantes do poder e da polícia modernos: o pessoal-*é*-o-político, o mundo-*na*-casa" (BHABHA, 1998: 31-32. grifos do autor).

Os processos culturais, portanto, devem ser analisados sob a égide dos contextos históricos e dos processos significantes que engendram os discursos dos grupos sociais na esfera pública.

De Certeau (1990, p. 64), por sua vez, analisa as estratégias e os "modos de fazer" que se estruturam no cotidiano. Apesar das forças de controle e vigilância das instituições sociais, contudo, e por meio delas próprias, é possível que uma

“antidisciplina” atualize e reconstrua novos comportamentos ou percepções da realidade. É o que se percebe na sua noção de “táticas” como uma série de procedimentos que transformam o lugar próprio em espaços dinâmicos, “lugares praticados”.

E é na linguagem que se forma o espaço de limites e possibilidades dos processos sociais e culturais. A “antidisciplina” põe em xeque elementos constitutivos das estruturas sociais dominantes, dos mitos sociais naturalizados por meio de processos linguísticos e discursivos das práticas históricas, da teoria, dos modos de crer, de fazer e de entender as cidades.

Portanto, a constituição dos lugares de enunciação e dos lugares praticados conforma os usos que os indivíduos e grupos farão dos conteúdos transmitidos, seja por meio das instituições disciplinadoras dominantes seja por meio dos movimentos emergentes da sociedade. Nesse sentido, evidenciando também o pensamento de Fiske, como instituição, a televisão trabalha com significados pertencentes aos interesses dos grupos hegemônicos, contudo, estes significados circulam nas mais variadas camadas e grupos sociais que constituem sua audiência e por isso estão vulneráveis aos usos particulares e aos diversos modos de articulação que se fazem deles.

Nesse sentido, de Certeau estabelece uma correlação entre táticas e enunciação, a qual se dá a partir de certas características do ato enunciativo. Segundo o autor, “o enfoque da cultura começa quando o homem ordinário *se torna* o narrador, quando define o lugar (comum) do discurso e o espaço (anônimo) de seu desenvolvimento”. No ato enunciativo não há referentes fixos: o significado é dependente do uso e das situações contextuais que interpelam o momento da enunciação, ou seja, no discurso está a junção entre o sábio e o comum. Sob estes aspectos, pode-se compor novas perspectivas de discussão entre as esferas científicas, entre o popular e o senso comum, pois o homem ordinário, segundo de Certeau, é o locutor, as trivialidades designam o lugar do discurso e não mais o objeto de discurso, e o trivial é a experiência produtora do texto (de CERTEAU, 1994, p. 63).

São as relações situadas dentro do conceito de “entre-lugar”, espaço de enunciações, que articulam as diferenças culturais: o entre-lugar carrega o significado efetivo da cultura. Essas reflexões também vão redefinir a oposição entre

culturas elitistas e “culturas de massas” e a relação entre a comunicação e a sociedade.

Em suma, a comunicação é vista como um sistema, uma tecnologia e um sentido humano dentro de uma complexa sociedade, esta formada por instituições e políticas sociais e culturais que determinam a vida das pessoas. E a televisão é tanto efetiva como uma tecnologia, quanto como uma forma cultural, um ponto de interação entre tecnologia, instituições sociais e cultura, já que afetou e alterou, desde seu surgimento, a própria sociedade e os indivíduos em suas relações entre si e o mundo tecnológico que se delineou.

2.2 Identidades, diferenças e diversidade cultural

Os processos culturais são engendrados na dinâmica social do encontro do indivíduo com o outro, ou seja, na formação das identidades. Com a modernidade, novas condições sociais passam a existir e reger a vida das pessoas. Conforme Giddens (1990), podemos resumir a modernidade em dois níveis que se justapõem: “uma sociedade de consumo e uma sociedade de informação”. Para o autor, a modernidade é a principal aliada da produção capitalista a qual “exige uma constante mudança para a ordem e avanço”. E justamente neste ponto é que a modernidade influencia diretamente as identidades culturais. Este quadro acima é definido por Stuart Hall como:

> Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados (HALL, 2002, p. 9).

Contudo, como observamos na primeira parte deste capítulo, outros elementos conformam esta sociedade moderna. Com isso, começam a surgir novas funções da cultura popular e das instituições e formações culturais, manifestadas por

meio da valorização da tradição, do recomunitarismo, das relações de pertencimento e sociabilização na sociedade contemporânea.

Dessa forma, cabe trazer à luz o sentido do *ser-em-comum* e de comunidade. Esposito alerta para o fato de que as concepções sobre comunidade no debate filosófico atual têm em comum o pressuposto de que o termo é uma 'propriedade' dos sujeitos que ela reúne, ou seja, a comunidade define atributos que qualificam sujeitos pertencentes a um grupo determinado e ainda qualificam o que é produzido por esses sujeitos como coletividade. Nesse sentido, o sujeito não o é, em si mesmo, em sua subjetividade individual, mas ele é um sujeito de comunidade[7]. Nessa postura, o *ser-em-comum* é confundido com algo superior, a origem, a natureza, uma identidade dada pelo compartilhamento de uma propriedade.

A vida em sociedade, portanto, pressupõe uma interpretação de comunidade por meio do reconhecimento do Eu e da alteridade, uma relação de acontecimentos no momento em que são postos em um jogo de linguagem que marca o instante de significação das coisas. Quando me refiro, "você mineiro", "o goiano" em princípio estou particularizando, individualizando, mas na verdade estou evidenciando um lugar coletivo, uma estrutura referencial, histórica e identitária.

Partindo do pressuposto segundo o qual à hermenêutica compete interligar as faces linguística e existencial da comunicação, a existência do homem se institui e constitui pelo seu modo de ser como linguagem. Apenas quando as pessoas se reconhecerem de antemão no processo de auto-reflexão para em seguida envolverem-se num contexto discursivo que leve ao entendimento, um determinado grupo, de forma coletiva, mas também individual, poderá exercer determinadas ações, chamar a atenção dos produtores culturais da mídia para aquilo que não condiz com as realidades vividas e reconhecidas. E nesse momento, depara-se com o encontro de diversas culturas e identidades que se entrecruzam no mundo moderno.

---

[7]O ponto de partida hermenêutico encontrado por Esposito para romper esse paradoxo consiste primeiramente em buscar a etimologia da palavra comunidade. O termo latino *communitas* forma-se a partir dos vocábulos *cum munus*. Cum, quer dizer com, o que nos coloca em relação com os outros e portanto vai nos ligar ao *múnus*. *Munus* tem três significações: *onus* (ônus), *officium* (ofício) e *donum* (doação). As duas primeiras estão associadas a idéia de dever. Entretanto, também a última pode estabelecer esse sentido, à medida que esse *donum* significa uma doação particular, obrigatória porque envolve a idéia de troca e de reconhecimento.

As sociedades modernas têm evidenciado espaços híbridos sociais, políticos, culturais. Tensionar o conceito de hibridismo, portanto, deve ser um primeiro passo para entender como os meios de comunicação, sobretudo a televisão, constituem-se mediadores das identidades e dos processos culturais.

O conceito de hibridismo pode ser usado como estratégia enunciativa que reduz o conceito à exclusão do conflito, como estratégia de manutenção do poder colonial. Ou seja, é a transferência do signo de autoridade dos grupos dominantes como símbolo de reconhecimento para os sujeitos uma encenação do desejo de transparência e eliminação da discriminação. Não o uso do termo hibridismo aleatoriamente, mas a articulação das diferenças é que podem levar as pessoas a se emanciparem e moldarem espaços de diversidade e multiculturalidade, em que as várias identidades assumidas pelos indivíduos na contemporaneidade possam ser atualizadas e vividas.

De acordo com Bhabha (1998, p. 165), existe uma ambivalência no conceito de hibridismo, pois ele não resolve os problemas de conflitos culturais e identitários posto que:

- aquilo que é originário seria apenas um efeito; não é um problema de identidade que possa ser resolvido como o relativismo cultural;
- o conceito não tem profundidade ou verdade que possa torná-lo um “terceiro termo que resolve a tensão entre duas culturas”;
- “é uma problemática de representação e de individuação colonial que reverte os efeitos da recusa colonialista, de modo que outros saberes “negados” se infiltrem no discurso dominante e tornem estranha a base de sua autoridade – suas regras de reconhecimento”;
- hibridismo é um processo parcializador de uma identidade.

Partimos, portanto, para a discussão de outro conceito, este por sua vez, pode refletir a cultura como processo e nesse sentido os programas regionais como formas televisivas e culturais em que não o hibridismo, mas a diversidade, o “diverso”, pode articular identidades coletivas distintas mas também complementares.

A Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural, da UNESCO (MORAES; PETERS, 2006, p. 156-159), afirma que a solidariedade entre as pessoas só existirá se fundada no reconhecimento e entendimento da diversidade e pluralidade cultural e na consciência da unidade do ser humano.

No Artigo 1 da Declaração, a diversidade cultural são as formas que a cultura adquire através do tempo e do espaço. A realidade da diversidade cultural é efetivada por meio de ações que favoreçam o pluralismo cultural, o qual propicia os intercâmbios culturais e o desenvolvimento das capacidades criadoras no "mundo da vida" ampliando as possibilidades de escolhas para uma melhor existência intelectual, afetiva, moral e espiritual de todos. A diversidade cultural, portanto, é patrimônio comum da humanidade e seu desenvolvimento é essencial para o desenvolvimento dos povos, assim como a economia e a política.

Se a questão do sujeito emerge nos contextos diferenciais, a construção discursiva da realidade social, muitas vezes a utilização dos conceitos de diversidade e hibridismo constituem-se em panos de fundo para explicações rasas e defesas democráticas esvaziadas de significados. Muitos programas das emissoras públicas e educativas ou culturais relatam certas experiências culturais, entretanto, como um universo exótico e distante. A diversidade, o hibridismo e a pluralidade, nesse viés, são vistos como o signo do exótico e do pitoresco, destituídos de contextos histórico-culturais.

Cabe referenciar, portanto, estes conceitos:

> A diversidade cultural é um objeto epistemológico – a cultura como objeto do conhecimento empírico – enquanto a diferença cultural é o processo da *enunciação* da cultura como "conhecível", legítimo, adequado à construção dos sistemas de identificação cultural. Se a diversidade é uma categoria da ética, estética ou etnologia comparativas, a diferença cultural é um processo de significação através do qual afirmações *da* cultura ou *sobre* a cultura diferenciam, discriminam e autorizam a produção de campos de força, referência, aplicabilidade e capacidade" (BHABHA, 1998, p. 63. grifos do autor).

A diversidade cultural emerge nas fronteiras significativas das culturas, onde significados e valores são mal lidos ou apropriados de maneira equivocada. A diferença cultural no processo da linguagem produz sentidos que relacionam dois lugares de enunciação: Eu/Outro. Os processos identitários podem ser utilizados

como artifícios para caricaturar uma identidade nacional e para a manutenção do *status quo*.

Segundo Bhabha (1998, p. 76) três condições subjacentes a uma compreensão do processo de identificação se realizam: A primeira: existência de uma identidade em relação a uma alteridade como uma demanda do existir. “É sempre em relação ao lugar do Outro que o desejo colonial é articulado: o espaço fantasmático da posse, que nenhum sujeito pode ocupar sozinho ou de modo fixo e, portanto, permite o sonho da inversão dos papéis” (o nativo sonha sempre em ser colono).

A segunda condição é o próprio lugar da identificação, retido na tensão entre demanda e desejo, este é um espaço de cisão: a alteridade colonial reside na distância entre o Eu colonialista e o Outro colonizado. A terceira condição refere-se à afirmação de identidades como processo nunca pré-dado posto que “é sempre a produção de uma imagem de identidade e a transformação do sujeito ao assumir aquela imagem”. Esta demanda da identificação implica a representação do sujeito por meio da imagem de identidade formada a partir do lugar do Outro, a repetição do eu na tentativa de tirá-lo da invisibilidade. O eu ausente ao ser representado em uma posição enunciatária emerge reapresentado e numa posição de domínio. Por meio da televisão, na atualidade, esses três processos de identificação estão alternadamente se entrelaçando no espaço que se tornou um “lugar praticado”.

Neste sentido, “o que se interroga não é simplesmente a imagem da pessoa, mas o lugar discursivo e disciplinar de onde as questões de identidade são estratégica e institucionalmente colocadas”. O autor singulariza a demanda pela identificação que se torna uma reação a outras questões de significação e desejo, de cultura e política (BHABHA, 1998, p. 81-84).

Alteridade (ou outridade) parte do pressuposto de que todo homem social interage e interdepende de outros indivíduos. A existência do "eu-individual" só é permitida mediante um contato com o Outro - a própria sociedade diferente do indivíduo, por meio da experiência nas relações cotidianas. É um encontro que não está livre de conflitos. O cotidiano, neste sentido, é o lugar do ordinário mas não é sinônimo de comum, ordinário, familiar, posto que nele as diferenças se tornam evidentes e os conflitos mais acirrados.

Sendo assim, pelo seu dinamismo, a imagem de uma identidade é sempre um acessório e não deve ser lida como a aparência de uma realidade. O acesso à imagem da identidade só é possível na *negação* de qualquer ideia de originalidade ou plenitude; será sempre um processo de deslocamento e diferenciação (ausência/presença, representação/repetição) que torna a imagem da identidade uma realidade liminar, construída. O pensamento político e as ações dos sujeitos devem negociar suas metas por meio de compromissos com o lugar ao qual se refere e ainda pelo reconhecimento dos contextos culturais diferenciais articulado em discursos dentro das instituições mediadoras (BHABHA, 1998, p. 85-86).

Baseando-se em teóricos como Bourdieu, Touraine e Foucault e analisando a obra de Euclides da Cunha, Os Sertões, Daniel Lins (1997, p. 84) trabalha o conceito de "Diverso", como o lugar da "alteridade que vai criar múltiplos campos de reciprocidade, numa possível vivência ou em intercâmbios que fazem circular tanto o capital cultural ou o linguistico quanto o capital econômico, jurídico ou simbólico". É a compreensão do "Diverso" como "diverso da própria diferença". Ou seja, o "Diverso" é o território das diferenças em processos agonísticos ou de atração, é o sujeito se tornando sujeito por meio da ação.

> Diverso, espaço de identificação multipolarizada, abre as portas da percepção e festeja o encontro com o outro, num fluxo e refluxo de criatividade e de espanto, em que aquele que fala poderá se encontrar na resposta do outro. O outro do desejo, o outro como exclamação ou campo poético" (LINS, 1997, p. 93).

Assim, para se chegar a um encontro comunitário é preciso fazer das diferenças uma dádiva, percebendo-as como experiências organizadas sob o signo cultural da distinção. O conceito do "Diverso" deve favorecer o espaço do discurso e das trocas simbólicas, contudo, o imaginário naturalizado no corpo social pelos grupos dominantes abre espaço para a instituição da má diferença, e nesse momento a diferença se torna um problema.

Os meios de comunicação têm construído formas de evidenciar o que para eles é o "Diverso", contudo transforma a experiência rica da alteridade e da diferença no limiar do exotismo, do preconceito e da discriminação. Estratifica, portanto, o "Diverso" e por isso engendra um lugar de fala que emerge um discurso autorizado. O exótico subjuga a "boa Diferença", reforça uma identidade cultural sob

o signo de um imaginário estranho, ao mesmo tempo ameaçador e cativante, mas ainda naturalmente excluído.

Suely Rolnik (1997, p. 33) resume o que é pensar o lugar da identidade e da Diferença: “uma região onde se cruzam as paisagens da subjetividade, da ética e da cultura”. É um campo de “transversalidades”, de construção do homem com mais ou menos subjetividade de acordo com as experiências culturais e de multiplicidades que se interagem de forma bastante heterogênea, em relação às experiências e aspirações de cada sociedade ou grupo social, mas também bastante homogênea, no sentido de que a modernidade implica a presença e confronto da diversidade e inevitavelmente demanda posições de sujeitos.

Bhabha retoma estudos da filosofia e da história, como os de Fanon e Derrida, para discutir as bases do discurso colonial. Segundo o autor, o conceito de “fixidez” tem sido a base na construção ideológica da alteridade e nesse sentido, o discurso do colonialismo apresenta duas representações paradoxais: “rigidez e imutabilidade” (colonizador) e “desordem e degeneração (colonizado). Essa ambivalência garante que determinadas posições sejam repetidas em conjunturas históricas e discursivas mutantes. O uso de estratégias de individuação e marginalização produz efeito de verdade sempre explicada empiricamente pelo exagero do Outro (colonizado). Nesse sentido, o uso de “estereótipo é um modo ambivalente de conhecimento e poder”, ou seja, estrangeiros, mistura, impureza são tido mais como símbolos discriminatórios, estereótipos, do que como signos de diferença.

Vistas como hibridismo, as identidades buscam se afirmar umas sobre as outras de modo que apenas se reproduzem dentro de uma idéia superficial desta identidade, tendo em vista que ela não é senão pela sua alteridade e pelo reconhecimento da diferença. Em outras palavras, as identidades necessitam ser contestadas no local da cultura, no tempo presente do viver e fazer cotidianos. As identidades repetidas, replicantes nos meios de comunicação, em algumas formas culturais da televisão, são, muitas vezes, esvaziadas de sentidos, pois que são simuladas na medida em que não podem ser confrontadas com as realidades vigentes. A televisão regional poderia evidenciar engajamentos sociais e comunitários sob os signos das escolhas, do desejo e do consumo, mas também da segurança e do pertencimento?

A resposta a essa pergunta tem como ponto de partida a própria concepção de identidade. Para Stuart Hall (2006) as concepções de identidade são de três ordens: a) sujeito do Iluminismo - indivíduo centrado, identidade da pessoa; b) sujeito sociológico - indivíduo, identidade formada na interação com a sociedade (espaço entre o mundo pessoal e o público); e c) sujeito pós-moderno – sujeito fragmentado em várias identidades.

Qual dessas identidades prevalece vai depender do contexto, do jogo permeável entre elas e de suas consequências políticas. As identidades guardam contradições nas demais identidades que atuam no campo social e no indivíduo, onde não mais cabe uma identidade singular, como a identidade de classe. E por isso mesmo a classe não é mais um “discurso ou categoria mobilizadora” dos interesses e das mais variadas identidades sociais, pois não conforma todas as contradições e os processos culturais nos quais está inserida.

Jovchelovitch (1999) enfatiza que a alteridade é um conhecimento interativo que depende da proximidade, não no sentido territorial, entre os indivíduos e em que a mediação do “outro” é fundamental para que o “eu” possa refletir sobre si mesmo e constituir-se como objeto de conhecimento. A “resistência ativa do outro” introduz a objetividade no mundo do simbólico, da subjetividade. A autora defende a posição de que representar não pode ser confundido com o próprio objeto, pois é no espaço da intersubjetividade que são construídos os sentidos, que se negocia a objetividade, construindo representações sociais capazes de conferir tanto uma identidade a um grupo social quanto produzir formas de enfrentamento das relações cotidianas.

A identidade pode ser ganhada ou perdida de acordo com “a forma como o sujeito é interpelado ou representado”, constituindo-se em um processo não mais de “política de identidade mas de “política de *diferença*”. Identidades locais podem ser uma estratégia defensiva de grupos étnicos dominantes em função das outras culturas presentes (HALL, 2006, p. 21).

Todorov (1999) mostrou em uma obra autobiográfica, “O homem desenraizado”, que um dos maiores problemas do homem-indivíduo na atualidade é o desenraizamento, a necessidade de sair de seu território originário, que muitas vezes alcança um grupo social inteiro. No desenraizamento, o indivíduo toma consciência de signos que conformam o símbolo da diferença: racismo, hipocrisia,

perda de autonomia, insegurança e a dificuldade de se encontrar uma nova identidade. É na superação da hostilidade do Outro, no entendimento da diferença, que se pode descobrir a tolerância.

Marshall Berman também relata experiências de outro tipo de desenraizamento, desta vez, das situações tradicionais e singulares do bairro da sua infância para as construções modernas sem referencialidade, frias e despersonalizadas das cidades contemporâneas. O autor mostra que é possível o resgate das raízes da modernidade, que elas não são de todo perniciosas, pois que todos, modernistas ou anti-modernistas, são abarcados por ela e dela não podem mais se desvincular. A modernidade se dissemina em todas as áreas da vida cotidiana, é uma realidade vivida por todos e na qual todos estão imersos, quer nas tradições que ainda tentam resistir ou nas suas próprias tradições, criadas ou redefinidas a cada época, e que une grupo sociais. No entanto, a modernidade continua a ser um universo de permanente desintegração e mudanças constantes, de lutas, ambiguidades e angústias, mas são processos culturais em renovação que podem “traduzir” as pessoas desenraizadas, no sentido do conceito de “tradução” desenvolvido por Homi Bhabha, como transferências de significados.

Berman conclui que o modernismo reafirma a cultura como processo dinâmico, pois ela é uma experiência social que anula todas as fronteiras e que não acabará devido a sua capacidade de renovação. Os problemas por ele gerados também servem para reconstruí-lo, pois ao “mesmo tempo que nos explora e nos atormenta; nos impele a apreender e a enfrentar o mundo que a modernidade constrói e a lutar por torná-lo o nosso mundo” (BERMAN, 1999).

Apesar da tendência à produção de sentidos de recomunitarismo observada nas sociedades contemporâneas, vivencia-se um processo de descrença na própria existência, nos valores democráticos e nas instituições políticas. O pensamento racional moderno tem substituído a categoria *communitas* pela de *immunitas*, relacionando esta com a possibilidade de independência, identidade e individualidade do homem. Nesse sentido, os homens “estão liberados do contato que ameaça a sua identidade (a sua individualidade)” e os expõe a conflitos com outros indivíduos (ESPOSITO, 2000).

Encontramos aqui uma postura que pode retomar o sentido de *communitas* em oposição ao caráter niilista do pensamento individualista contemporâneo. O

homem, como ser histórico, o é à medida que compreende, interpreta sua realidade como relação dialógica em que uma razão hermenêutica é ao mesmo tempo tradutora e interpretadora e transformadora e realizadora da realidade.

O momento atual, em que emergem conceitos como os de regionalização da televisão, é profícuo para recriar o "mito" da comunidade, esquecido pela (pós-)modernidade, mas não no sentido de pensar as relações de uma ação sem sujeitos, considerando-a apenas com um povo, uma terra, uma essência. As tradições cheias de comunitarismos, de patriotismos e de nacionalismos apenas refletem a própria negação da comunidade cuja função deve possibilitar aos seus membros uma identificação e ao mesmo tempo uma ação social, a qual não é dada de forma isolada, mas antes por meio de um processo discursivo amplo voltado à compreensão e ao entendimento.

Para essas comunidades, é importante iniciar um trabalho de mobilização para a ação a fim de que todos se sintam comprometidos, responsáveis com as tradições locais e com a preservação das mesmas no sentido de permitir uma identidade motivadora da ação em si. A partir desta mobilização e interação no contexto do lugar, ou do entre-lugar, poderão surgir relações sociais capazes de manter tradições e de construir realidades diferentes.

2.3 Televisão e processos culturais

A contemporaneidade apresenta dois movimentos centrais em se tratando de circulação dos produtos culturais: o surgimento de um mercado cada vez mais global e, em contrapartida, a revalorização das culturas locais. Se por um lado percebemos com o resgate de manifestações culturais (folclore, histórias e tradição) a nostalgia pelo passado no sentido de cravar uma identidade cultural local "imaginada", percebemos que a dinâmica construtiva da cultura é na verdade a construção do cotidiano, do viver e do fazer presentes. Nesse ínterim, os programas de televisão apresentam não apenas realismos, mas as articulações culturais que estão no âmago das relações sociais na contemporaneidade.

E é neste sentido que Montoro afirma que a televisão é parte de uma cotidianidade a qual revela a capacidade que os meios de comunicação têm de "*construir agendas, marcos e categorias culturales con las cuales tenderán a actuar los miembros de una cultura*" (MONTORO, 2001, p. 12).

A televisão se configura em um espaço de significações da vida cotidiana, e por isso mesmo, é na atualidade também um local de cultura, um espaço de antagonismos, e por isso mesmo o local onde as diferenças podem ser realizadas e negociadas, pois que nos deparamos em todo momento com a necessidade de viver numa sociedade nacional, porém de espaços liminares. Assim, a televisão tornou-se um espaço de negociação de identidades culturais, "campo"[8] no qual as diversas audiências e a televisão estão em disputa. Como processo e como experiências cotidianas, portanto, a televisão está sujeita a mudanças.

Os Estudos Culturais aplicados à análise da televisão a colocam como meio integrante do processo de sociabilização dos indivíduos nesse estágio da sociedade cada vez mais liquefeito, no sentido dado por Bauman[9]. As identidades estão em constante processo de negociação. Negociação não no sentido de reformismo, mas de articulação de elementos antagônicos e oposicionais sem a superação de uma ou de outra identidade (BHABHA, 1998, p. 52).

E nesse campo de disputas estão as grandes redes de televisão aberta e as emissoras afiliadas, espaço em que a regionalização ganha destaque. A discussão

---

[8]Campo social, de acordo com a concepção de Bourdieu, "é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças" (BOURDIEU, 1997, p. 57). No caso do jornalismo e da televisão a noção refere-se a um microcosmo com leis próprias definido pela posição do campo no mundo global (BOURDIEU, 1997, p. 55).

[9] Crise das relações humanas. Os efeitos da globalização e do capitalismo atual tornam as relações humanas e afetivas também objetos a serem consumidos. Manutenção tensa e incerta da individualidade na modernidade em oposição a representação de identidades cada vez mais fragmentadas. As identidades são postas em condições de conflito e reafirmação que reproduzem a identidade mas deixam de lado sua essência: identidade simulada, fragmentada e individualizada nos espaços públicos. O mundo globalizado tem criado situações cada vez mais conflitantes e excludentes, provocadas pela polarização caracterizada pelos que têm mobilidade no globo e pelos que não a têm. Por outro lado, as forças do mercado têm gerado situações de grandes conflitos à medida que impõem suas regras em todo lugar por onde passa, ou melhor, aos lugares onde encontra boas condições de implantar seus negócios com maior lucratividade. Enquanto isso, os Estados modernos se encarregam de manter a ordem e a lei no seu território garantindo a imobilidade da mão-de-obra. Dessa forma "as ordens são locais, ao passo que a elite e as leis do livre mercado são translocais". Nesse jogo, apesar de ser ocultada esta relação, elite e periferia estão internamente ligadas, e as consequências humanas, melhor seria desumanas, provocadas pela primeira em relação à segunda são nefastas e grotescas (BAUMAN, 1999).

sobre a regionalização vai além da programação de uma emissora local ou mesmo sua localidade geográfica, pois as dinâmicas da globalização, que transformam "sujeitos locais em cidadãos globais", não são homogêneas, uniformes, centrais e efetivas, ainda que se evidenciem seus reflexos em diversos lugares do globo.

Portanto, os paradigmas da globalização como centro das relações sociais, políticas e econômicas, da moldura dos contextos locais não se apresentam suficientes para discutir as dinâmicas do espaço cultural televisivo, embora atestamos que as relações sociais e os lugares de cultura são assuntos complexos e se complexificam ainda mais com a inserção da televisão como parte da vida cotidiana das pessoas.

A televisão constrói-se como uma rede de relações complexas, em que o envolvimento do espaço sociocultural está permeado por lógicas políticas e comerciais. Nessa perspectiva, o enfoque teórico-metodológico desta pesquisa contempla as parcialidades das representações televisivas.

> Essas imagens, representações esparsas e fragmentadas da totalidade social, acabam construindo um todo coerente – o imaginário social por meio do qual nós percebemos os 'mundos', as 'realidades vividas' dos outros e, imaginariamente, reconstruímos as suas vidas e as nossas, de modo inteligível, dentro de uma totalidade vivida e vivenciada (MONTORO, 2006, p. 21).

Entendendo a televisão como forma cultural portadora e provocadora de significados e prazeres, e a cultura como a geração e circulação dessa variedade de significados e prazeres dentro da sociedade é que poderemos entender a processualidade da cultura à luz dos Estudos Culturais, que, como vimos, não tem a ver com o indivíduo e sua tribo, mas com a produção dos indivíduos dentro de instâncias de negociação e diferenciação social, como o é a televisão.

> *Television-as-culture is a crucial part of the social depramics by which the social structure maintains itself in a constant process of production and reproduction: meanings, popular pleasures, and their circulation are therefore part and parcel of this social structure* (FISKE, 1987, p. 1)[10].

[10]"A televisão como cultura é parte crucial das dinâmicas sociais pelas quais a estrutura social se mantém em constante processo de produção e reprodução: significados, prazeres populares e sua circulação são portanto parte e parcela da sua estrutura social" (tradução livre da autora).

Como cultura, portanto, a televisão pode ser analisada além do seu caráter tecnológico, o que significa pensá-la em três ordens: desde a sua estrutura, ou seja, seus aspectos formais em que se inserem a programação, os fluxos e programas de TV; sob a ordem das relações de intertextualidade e diálogos entre as diversas fontes de produção simbólica que compõem seus discursos; e pensá-la ainda no que diz respeito aos processos sociais de recepção que integram a experiência social dos indivíduos, repertórios culturais, e o texto televisivo em si, processos que moldam a efetividade da televisão no mundo da vida e são dotados de sentidos os quais podem ser decodificados das mais variadas maneiras pelas audiências.

Nesse sentido, este trabalho analisa os programas de acordo com a concepção de televisão a partir das características principais de sua linguagem, que são complexas: sua polissemia, heterogeneidade, contradição e segmentação. A proposta recai sobre a valorização do conteúdo televisivo, com suas dinâmicas, processos de codificação e decodificação[11]. A ideia de "massa" é substituída pela pluralidade e pelo "Diverso", uma vez que, menos do que homogeneizar, as desigualdades e diferenças estão confrontadas na televisão.

Segundo Hall (2003), a TV é ainda essencialmente convencional e conservadora. A maioria das leituras feita por diferentes espectadores, mesmo de programas de televisão que convidem ao engajamento, reflete mais posições convencionais e não radicais, a chamada "leitura preferencial", pouco afastada da hegemonia e da mensagem preferencial emitida pelos produtores. Contudo, as audiências podem ultrapassar os significados preferenciais e chegar a decodificações opostas, embora a produção social de significados seja marcada pelo quadro de referência histórica e institucional do processo de comunicação.

Algumas críticas à televisão avaliam o desgaste e o esvaziamento de conteúdos propiciados pelo excesso e pela repetição tanto de conteúdos como de formatos. Mayra Gomes pontua que, na repetição, o discurso é perdido pelo excesso, excesso em relação a ser "mais do mesmo", provocar o efeito nivelador/neutralizante dos conteúdos. Desconstruir o texto televisivo e observar a forma como sua linguagem produz representações pode levar a perceber a aparente

[11] Raymond Williams destaca que a tecnologia de transmissão e recepção em televisão também foi desenvolvida antes do seu conteúdo, tornando este um subproduto da tecnologia, ao invés de ser o foco principal.

repetitividade característica da linguagem do meio televisivo. Repetitiva, descontextualizada e esvaziada, a programação da televisão é, contudo, híbrida, pois trabalha diversos códigos linguísticos (texto/imagem/som), significações que são engendradas no cotidiano das pessoas e são contextualizadas pelas audiências no momento da leitura.

Os conteúdos televisivos fazem parte dos processos culturais e chegam para as audiências de maneiras distintas. A relação familiar que as audiências têm atualmente com a televisão ajuda a perceber determinadas ações intencionais veiculadas com objetivos de seduzir e persuadir, mas também criam um *processo cultural vivido* no cotidiano. Ou seja, algumas características dos códigos televisivos, como a redundância, podem-se tornar um modo de articulação para novas realizações sociais, sobretudo porque "é impossível que algo se repita como idêntico" (GOMES, 2005, p. 178).

A televisão não é essencialmente um agente do *status quo*, pois a sociedade e os valores hegemônicos não são estáticos e a televisão é parte deste movimento. Ela não é originadora da mudança social, mas tem uma existência material sociocultural capaz de ser parte desta mudança. Embora muitos programas de televisão, como telenovelas e seriados, incorporem valores dominantes e conservadores, são reflexos de novas posturas emergentes no cotidiano e abrem-se a elementos que podem emergir para uma nova realidade cultural (WILLIAMS, 1980).

As marcas da televisão na atualidade, então, seriam: a) autorreferencialidade, em que eventos e acontecimentos são criados e construídos como realidade em si, numa dinâmica de voltar a si própria; b) diluição da dicotomia realidade/ficção; e c) irrealidade, como poder de criação de realidades. Tais marcas não descontextualizam, mas recontextualizam o mundo real em torno de realidades instituídas e difundidas pela "telinha" presente na maioria dos lares brasileiros. Há, portanto, uma nova forma de interpretação da realidade a partir dessa nova linguagem construída pela televisão: "Verdadeiro e falso o são por referência a realidades instituídas" (GOMES, 2005, p. 113).

Os contextos culturais e o complexo jogo de linguagens e de trocas entre televisão e audiências mudam a avaliação dos efeitos da televisão, ou seja, a perspectiva criativa da TV pode mobilizar experimentações. A televisão promove a

criação de novas linguagens, pois que as audiências reconhecem o produto televisivo como um “jogo de diferenças socialmente construído". Em outras palavras, as características gerais do modelo de televisão atual podem não ser tão maléficas e, ao contrário, se posicionar como processo de recuperação do sujeito e de sua subjetividade, da sua identidade por meio da interação de sentidos negociados.

Paralelo a conceitos como hibridismo, identidade, diversidade e diferença cultural e à inserção da televisão no cotidiano por meio de processos como a repetição e o excesso e as suas marcas acima discutidas, o esforço desta pesquisa para descrever as dinâmicas dos programas regionais de televisão recai essencialmente sobre as formas culturais desenvolvidas pela televisão por meio de suas especificidades tecnológicas e do legado histórico cultural que traz no seu desenvolvimento. Retomamos os estudos de Raymond Williams sobre a televisão e suas formas de atuação na sociedade. Como processo, as formas culturais de transmissão da realidade televisiva estão em constante formação de novas formas, as quais, ancoradas a elementos já conhecidos da comunicação pelas audiências, multiplicam e transformam o conteúdo recebido.

As formas culturais da televisão são sua essência. Sintetizamos as principais categorias estudadas por Williams que conformam a televisão como formas culturais e evidenciam a potencialidade também de seus códigos tecnológicos, são elas: notícias, debates, educação, drama, filmes, variedades, esportes, anúncios e passatempos. Estas formas culturais configuram modos de leitura diferenciados, portanto, provocam ações variadas nas realidades vividas uma vez que o telespectador se constitui e reconstitui através dessas linguagens diversas.

As “notícias” são as principais formas que caracterizam o meio televisivo, elas atravessaram os tipos modernos de comunicação ao longo dos tempos e atualizam o papel dos meios de comunicação na sociedade como um observatório da atualidade, daquilo que é importante para a vida. Outras formas como os debates e programas educativos têm sido ampliadas, tornando a televisão uma instituição de fato, arena de discussão dos assuntos de interesse público e de transmissão de conhecimentos. Os programas educativos também garantem uma boa imagem para o meio como propiciador do acesso à cultura, à ciência e ao desenvolvimento. A educação na televisão está atualmente situada em contornos culturais variados como transmissão de valores e de conhecimentos sobre temas diversos.

Por outro lado, formas televisivas como o “drama” modificam substancialmente a experiência televisiva, por meio da combinação de formas ficcionais e documentais que conduzem as audiências a se auto-referenciarem nos conteúdos trabalhados nas séries e seriados. Além disso, os filmes exibidos na televisão, por sua vez, transformam a indústria do cinema e criam novas dimensões de leituras pelos telespectadores, até mesmo porque alcançam o publico majoritário.

A dinâmica dos gêneros e formas televisivas altera a sua efetividade e a formação de sua própria linguagem. Os programas de variedades como formas culturais alimentam a vinculação da televisão com o entretenimento e constituem um parâmetro para um conceito moderno de televisão. O esporte na televisão, ancorado pelo interesse histórico do homem por jogos e competição, se transforma em um fenômeno mais complexo, onde a própria televisão se insere na indústria do setor esportivo e suas vinculações com outros sistemas de consumo. A publicidade, nesse ínterim, também ganha contornos complexos que inundam todos os processos e formas televisivos e chegam a compor a própria grade de programação televisiva e a noção de fluxo televisivo, formando uma experiência sequencial de novos ritmos visuais e novas marcas de sentidos para as audiências. A última forma inicialmente trabalhada por Williams, os passatempos”, evidencia o lado humano e as relações privadas, transformando as experiências sociais familiares em entretenimento.

Outras formas culturais vão surgindo a partir destas primeiras tornando a comunicação mais fluida e ainda mais vicária, (exemplo do documentário). Mas são as observações do autor sobre sequências, fluxos e ritmo televisivo, horizontalmente, dentro de um programa, ou verticalmente, em conformação com outros programas, incluindo os intervalos comerciais, que comporão o estudo das novas formas culturais da televisão que consolidam esta nova experiência de realidade no mundo contemporâneo: as concepções de fluxo e programação televisivos.

Na concepção de Williams o fluxo planejado é, antes de tudo, uma nova forma cultural que molda o modo como as pessoas assistem e selecionam os programas, influenciando também no julgamento que essas pessoas farão do conteúdo recebido. O fluxo é, portanto, caracterizado como experiência principal de assistir televisão, que torna os programas menos unitários e mais interdependentes.

Williams enfatiza que esse desenvolvimento do fluxo na programação precisa ser observado de variados modos. Segundo o autor, houve uma troca do conceito de sucessão como *programação* para o conceito de sucessão como *fluxo*, pois os programas não são distribuídos aleatoriamente e sua posição na grade televisiva é, menos do que garantir audiências, efetivar e reforçar determinadas leituras.

Todas essas questões abordadas devem ser analisadas de acordo com cada contexto, cada momento histórico e cada tipo de emissora e programa. As condições de produção televisiva não são as mesmas, tampouco serão os efeitos, ou melhor, a efetividade de seus conteúdos na realidade social e cultural de suas audiências.

2.4 Mediação televisiva nos contextos regionais

As definições dos programas estão vinculadas ao modo como a televisão se constituiu no Brasil. A ausência de mudanças mais significativas na programação e na linguagem televisiva é um sinal de que se faz necessária uma análise acerca de uma possível estagnação da programação. A partir desta observação, um olhar sobre como a programação regional da TV se constrói incita buscar novos parâmetros de relacionamento deste meio de comunicação com a sociedade. Para Orozco-Gomez a "*alfabetización televisiva*" das audiências, aos poucos desenvolvida por meio da repetição e das interações com a linguagem televisiva, precisa mais que a recepção frente ao meio, pois a primeira coisa a observar é que os sujeitos-audiência interagem com a linguagem da televisão, mas isto se realiza de forma contextualizada em formatos e gêneros característicos do meio, em um ambiente de fluxo de narrativas.

Essa mediacidade televisiva precisa ser explorada tanto pelos produtores como pelos estudiosos para buscar alternativas construtivas de uma nova linguagem da televisão, cuja gramática não seja qualificada como um "pacote" pronto e acabado de produtos o qual constitui a oferta televisiva definida "*com base em lógicas mercantiles y necesidades de segmentación de nichos de audiência*" (OROZCO GÓMEZ, 2001, p. 29-30).

São horários e ofertas programáticas fixas mas também móveis, que criam hábitos e costumes televisivos nas audiências, com maior ou menor grau de automação e com um mínimo grau de eleição, de escolha, por parte dela. Neste ponto tal regularidade tem as possibilidades de mudanças, pois a televisão é acima de tudo um meio de possibilidades de acesso democrático a conteúdos antes negados em suas mais variadas formas de atender às audiências, seja com a diversão, a informação ou por outros processos de aprendizagem.

A televisão pensada também como uma nova forma cultural transformou todos os meios de comunicação existentes, no que diz respeito à produção de notícias, à transmissão da informação e até aos valores e hábitos culturais pertencentes à sociedade até então.

Nesse ínterim, a televisão é parte desses processos sociais reproduzidos no cotidiano, no mundo da vida: como meio social, articulador de “sociabilidades”, e de relações sociais; e também cultural, à medida que engendra narrativas produtoras de significações e de referentes identitários, e mais: de “afeto, relacionamento, memória, parentesco, lugar, comunidade, satisfação emocional, prazer intelectual, um sentido de significado último” (EAGLETON, 2005, p. 184).

Especificamente, a televisão regional é um território de relações sociais cotidianas marcadas no discurso e na organização televisiva, onde se pode observar ou não as demarcações do lugar, como espaço de identidades coletivas, e da subjetividade, como referência de uma comunidade, de um grupo social articulados ao espaço-nação e ao contexto global.

O cuidado teórico recai no risco de não simplificarmos ou romantizarmos esses processos, pois não se trata aqui de um jogo de polaridades e pluralidades dentro dos limites amplos do espaço nacional. Um esforço interdisciplinar deve ser articulado a fim de observar a complexidade dos “signos emergentes da diferença social” produzidos no espaço da televisão, os quais tanto são normativos, pedagógicos, quanto são signos performáticos. O processo de significação na televisão conforma tanto a adição de conteúdos e contextos diferenciais, como articula os lugares híbridos, como repetição e mudança. A diferença cultural nos confronta com diversas disposições de saber que revelam contradições e antagonismos sociais que precisam ser negociados em vez de ser negados.

Discutir os processos culturais que permeiam o fazer televisivo implica a necessidade de identificar o panorama da programação local das emissoras regionais de televisão articuladas às grandes redes, no sentido de perceber como as emissoras regionais articulam-se com a rigidez do modelo dominante de televisão no Brasil, identificando os empecilhos políticos e econômicos locais e nesse sentido apontando sua constituição como lugar de reconhecimento, negociação e negação das identidades culturais.

A programação regional de televisão está dentro de um contexto contraditório onde não estão demarcados os limites geográficos ou culturais de inserção de um programa ou de uma emissora regional ou local. A televisão regional trabalha com signos híbridos entre o "fazer televisivo" e as próprias culturas plurais com as quais convive e se articula. Nesse sentido, ganha *status* de articuladora das tradições, das suas atualizações. São relações que promovem um contexto específico que põe em "xeque" o embate cultural do passado e do presente articulados num fluxo e numa hierarquia material dentro do que convencionalmente nominou-se grade televisiva, esta inserida em um contexto local sócio-cultural específico e em conformações político-econômicas definidoras, porém não determinantes.

Um processo de articulação, como o dito anteriormente, bem como de mediação, não é simplório. A TV regional adentra em um universo comunitário, dentro de um processo de "alianças" com suas audiências e de trocas sociais e culturais da vida em comunidade. As audiências não são consideradas apenas ativas, mas, segundo Guillermo Orozco Gómez (2001, p. 25) são sobretudo criativas, pois os limites da produção de sentidos culturais na interação social entre TV e público/audiência não estão previamente definidos.

A televisão aberta, responsável por quase metade (47,3%) do faturamento do setor de audiovisual no Brasil, o qual em 2005 respondeu por 13,0% da receita dos serviços de informação, segundo dados do IBGE[12], busca alternativas para o cenário televisivo que se transforma. Mais do que outra instituição social, a televisão trabalha com códigos audiovisuais e com uma estética que evidencia os diálogos insurgentes da cultura como um momento de reconstrução do presente.

[12] IBGE. IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Pesquisa Anual de Serviços - Produtos e Serviços 2004-2005. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br >

A televisão, ao se aproximar dos “locais de cultura”, conforme discutimos em tópico anterior, muda a maneira de ver o outro e a nós mesmos. Um processo que não pode ser simplificado como perversão do efeito tecnológico e mercantilista da vida moderna, pois os meios de comunicação, as dinâmicas e mediações promovidas pela televisão não são exteriores ao processo cultural.

Os discursos audiovisuais não podem nesse sentido ser considerados meros produtos. Eles produzem, estruturam e atribuem significados por meio da materialidade das imagens e dos sons (MONTORO, 2006, p. 18). As identidades estão constantemente negociadas na televisão, constituem um campo complexo e conflituoso.

Portanto, a abordagem da televisão de que tratamos neste trabalho analisa o veículo, de forma crítica, como parte da cultura e, a partir de suas especificidades de linguagem. Categorias, portanto, a respeito dos efeitos da televisão, devem ser pensadas mediante seus contextos, pois mais do que efeitos a televisão tem uma “efetividade”, é parte da realidade, articula sentidos sociais e culturais por meio de processos culturais diversos.

O cenário de radiodifusão no Brasil é centrado no sistema de redes que orientam o modelo hegemônico da TV aberta. A regionalização dos conteúdos da televisão aberta ganhou oficialidade a partir do Capítulo V, da Comunicação Social, da Constituição de 1988 e da reforma das telecomunicações do governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), cujas bases estão contidas na Lei Geral das Telecomunicações (Lei n^{o} 9.472, de 16 de julho de 1997). As referências ao regional, na legislação brasileira, em geral, abordam a produção de bens culturais locais e o acesso da população aos meios de comunicação e informação.

O território geográfico marca, ao menos em parte, os conceitos de regionalização. Contudo, muitos acreditam que esses programas podem ultrapassar as fronteiras de um território desde que retratem a região. Por outro lado, alguns estudos defendem que o envolvimento comunitário da emissora deve marcar o conceito de televisão regional. Discutiremos melhor esses conceitos no próximo capítulo.

Contudo, inevitavelmente, o interesse da grande mídia pelo local se dá mais pelo viés mercadológico do que pelo conteúdo, tendo em vista que a diferenciação

local constitui-se um nicho de mercado. O sistema de redes tem um papel preponderante na forma como a televisão aberta chega às audiências e deve ser posto em discussão de forma mais efetiva, dada sua importância, para o processo de democratização da televisão no Brasil.

A atual produção, concentrada e desigual da TV aberta, compromete o caráter democrático e plural que contemple as diversas regiões do país e a mobilização dos atores sociais frente aos fatos de seu interesse. O cenário também atesta mudanças na propriedade de emissoras de televisão regionais, pois existem atualmente redes regionais de TV atreladas, contudo, a grandes grupos regionais política e economicamente fortes. A questão é que estes grupos podem tanto contribuir para a dinamização dos conteúdos locais e regionais como podem apenas reproduzir o sistema de comunicação das grandes redes às quais são afiliadas.

Por outro lado, enquanto um novo modelo de televisão não surge, devemos pensar nas experiências que se vive no momento atual com a televisão. Pesquisa de Nilda Jacks mostrou que as culturas regionais podem relativizar o efeito das mensagens televisivas. A tradição, a distinção (identidade cultural) e o território são elementos que constroem uma relação referencial das audiências com a televisão. Por meio de estudo sobre a relação entre a televisão e as audiências no Rio Grande do Sul, Jacks conclui que a televisão reforça as identidades culturais, que por sua vez são mais fortes do que outras diferenças sociais, culturais, econômicas ou políticas (JACKS, 1999, p.256).

A televisão contribui para a construção da experiência social do tempo presente mudando a concepção de temporalidade, espacialidade, enfim, a própria compreensão de cultura por se tornar referência cotidiana na vida das pessoas.

O processo de regionalização cultural, de valorização das identidades locais que se tem operado no mundo globalizado, se faz por linhas tortas, ou seja, é um processo que se pretende por limites geográficos (nacionalismos), mas na prática estas fronteiras são tênues. Não existe demarcação, as culturas, os modos de fazer, de viver, se fundem e se estratificam. Como é possível medir o tamanho de um recorte cultural? Discuti-se, portanto, até que ponto a contextualização territorial se impõe e como a televisão hoje é elemento formador desta demarcação, ao mesmo tempo em que possui uma linguagem universal e busca públicos cada vez mais

diversos e também segmentados a fim de manter seus níveis de audiência e de lucros na condição de uma instituição comercial.

Mais do que respostas, entende-se que as questões apresentadas instigam ainda mais a discussão. Segundo Homi Bhabha, mais do que lugares, encontramos hoje “entre-lugares”, interstícios entre a diferença e a identidade. Assim, a cultura é algo vivido e articulado a todo momento no presente, no cotidiano. Considerando a televisão como um destes “entre-lugares”, ela vai se constituir em um local privilegiado de cultura, de formulação de

> estratégias de subjetivação – singular ou coletiva – que dão início a novos signos de identidade e postos inovadores de colaboração e contestação, no ato de definir a própria ideia de sociedade (BHABHA, 1998, p. 20).

Na contemporaneidade, têm-se ampliado os processos de construção e desconstrução do presente, que tornam fluidas, líquidas as identidades e alteridades, processos evidenciados por meio de demandas pelas tradições e pelo retorno aos locais como estratégia de reconhecimento e de pertencimento dos sujeitos.

Essas questões nos remetem às análises de Bourdieu sobre os processos de mediação da TV. O autor evidencia que a televisão cria representações em torno de figuras como medos e fantasias. Os meios de comunicação informam um cotidiano que é extra-cotidiano, em nome da exclusividade. O cotidiano da televisão torna-se lugar privilegiado de “extraordinário ordinário”, o extra-ordinário é também e sobretudo o que não é ordinário nos outros jornais, nos outros programas (BOURDIEU, 1997: 26-27).

Essas evocações do cotidiano carregam sentimentos fortes a partir destas representações. Relatar, gravar um fato, implica sempre uma construção social da realidade capaz de exercer efeitos sociais de mobilização ou mesmo de desmobilização.

A programação da televisão regional trabalha com signos híbridos entre o “fazer televisivo” e as próprias culturas plurais com as quais convive e articula no seu “fazer”. Este é um processo de articulação de passado e presente no tempo próprio da televisão. Trabalhar, portanto, com conceitos de hibridismo e diversidades foi

uma opção teórico-metodológica que integra as complexas relações entre televisão, cultura e audiências.

Sendo assim, podemos questionar como as identidades têm sido constituídas pela lógica e racionalidade da grade de programação televisiva e pelas conformações contextuais das emissoras regionais. É a lógica binária que institui a diferença pela exclusão do outro: Eu/Outro? E como se efetivam os mecanismos de integração e articulação de culturas? É a possibilidade de integração e articulação de culturas diversas por meio de lugares não demarcados? Pode a grade de programação de televisão regional e de programas regionais fomentar respostas sobre o lugar da televisão na construção cotidiana dos modos de convivência na sociedade contemporânea: plural, híbrida e "multicultural"?

Observações como essas nos permitem, como analisa Guillermo Orozco, pensar sobre o espaço público como uma arena em que os atores tentam monopolizar as suas visões, necessidades, identidades e valores o que contribui para um dinamismo e uma (multi)formação de identidades. As representações audiovisuais multimediadas buscam contemplar a complexidade dos atores e contextos numa arena de luta simbólica.

As audiências podem hoje ser tratadas como *ser audiência* ou como *estar audiência*. É preciso ter em mente a forma como a mediação audiovisual na pós-modernidade tem modificado as formas sociais de difusão de conhecimentos e construção de valores, enfim, "*de los usos sociales de lo percibido, apropiado Y (re)producido por los sujetos audiencia*" (OROZCO, 2001, p. 25).

Portanto, as leituras dos conteúdos televisivos não constituem ato certo, posto que a criatividade das pessoas e o uso que farão desses conteúdos no cotidiano modificam as realidades locais. A materialidade televisiva, aliada aos cenários regionais, conforma experiências únicas no fazer e no ler televisão. Os programas e as possíveis leituras que se pode fazer deles podem ser aparentemente iguais, mas são práticas distintas, embora uma essência mesma se manifeste nesses projetos regionais: os modos, a arte de fazer televisão de acordo com o local da cultura que configuram formas de resistência das identidades locais na vida cotidiana de consumo global.

Nesse sentido, a mediação televisiva se faz essencialmente por meio de "o*perações de usuários*", supostamente entregues à passividade e à disciplina: "cada individualidade é o lugar onde atua uma pluralidade incoerente (e muitas vezes contraditória) de suas determinações relacionais" (DE CERTEAU, 1994, p. 37-38).

O cotidiano tem a marca da multiplicidade, portanto, não há condição para determinar o que fazer com os produtos culturais e televisivos. Esta marca é sutilmente trabalhada na releitura que as TVs regionais fazem da programação de suas redes (nacionais), articulando os conceitos de regionalismo e individualismo com o de consumo dos modelos impostos.

Sob outra perspectiva de criatividade das audiências, nota-se os produtores regionais também como usuários dos produtos televisivos. Ao comporem programas locais, como usuários também fazem "bricolagens", alterando as representações das "elites produtoras de linguagem" por meio de um jogo de apropriação e reapropriação, como define de Certeau.

As redes de TV nacionais, como dispositivos de controle e vigilância de uma determinada maneira pela qual a televisão se mostra, enfrentam, em posição agonística, os mecanismos de antidisciplina (em relação ao mecanismo disciplinar que são as redes das quais as emissoras regionais são afiliadas) dos produtores locais no momento em que estes trabalham os mecanismos da disciplina "e não se conformam com ela a não ser para alterá-los" (DE CERTEAU, 1994, p. 41).

No cotidiano se dá o consumo local da televisão. A TV regional é mais que as redes nacionais uma vez que não se resumem a simples transmissão de conteúdos destas redes. Nesse sentido, os modos criativos de fazer constituem seu cerne, seu diferencial, sua distância das programações generalizadas. Eles podem ser menos do que repetições estéreis, cópias "bricoladas" processos criativos e utilizáveis no cotidiano local.

3. O CENÁRIO DA TELEVISÃO REGIONAL NO BRASIL

Este capítulo aborda questões pertinentes aos termos regional, local e global e suas imbricações nos conceitos de televisão regional, de programação regional e de programa regional. Buscou-se intercambiar discussões motivadas pelas especificidades na definição desses termos a partir da análise dos processos de regionalização da televisão no Brasil, e ancoradas em questões abordadas em pesquisas acadêmicas e na legislação brasileira.

3.1 Demandas por uma nova televisão

Do surgimento da televisão até os dias atuais, as transformações estéticas e expressivas sofreram menos mudanças do que as de ordem técnica. O resultado é uma carência efetiva da sociedade por uma televisão diferenciada, o que coloca no centro da discussão a grade de programação, essência da televisão aberta, e a regionalização, como possibilidade de discursos mais múltiplos na telinha.

É justamente a programação que tem experimentado poucas mudanças. Nelson Hoineff (2001), dentre muitos críticos dos meios de comunicação, questiona os poucos debates em torno da construção de uma linguagem televisiva específica que se equipare à potencialidade técnica e expressiva do meio, e que vise ao atendimento às demandas dos novos públicos. O debate ressurge a efetividade da televisão não apenas como meio tecnológico, mas como meio cultural e social que produz textos os quais são parte de um processo dinâmico de sociabilidade e formação histórica.

Esses contextos congregam novos públicos formados para uma nova televisão. Um público mais diverso que faz com que a televisão se expresse de maneira mais concorrencial e segmentada, e que urge pela alteração da programação e dos programas cujos gêneros e formatos atualmente pouco

diferenciam uma emissora de outra. Esta demanda das audiências é efetiva e diferenciada de acordo com suas culturas, interesses, faixa etária etc.

A experiência que tivemos com a televisão genérica colocou-a no patamar de essência da TV no Brasil. Hoineff (2001: 16) anuncia que "tematizada", e nós acrescentamos regionalizada, a televisão abre novos caminhos para a efetivação de sua linguagem e de seus objetivos em que a relação com o espectador seja valorizada.

É certo que as mudanças no meio digital são dinâmicas e imprevisíveis, sobretudo porque a televisão por *broadcast* ainda permanece nesse cenário. Contudo, é urgente, e já há muito tempo, que produtores e fomentadores de políticas culturais, junto com a sociedade, discutam como as novas tecnologias e a digitalização podem ser usadas para favorecer a expressividade da televisão e sua relação com os públicos, e assim enfrentar os ditames políticos e econômicos que rodeiam, como sanguessugas, este poderoso sistema de comunicações.

É nesse cenário que a televisão regional se anuncia. A TV regional está mudando. Seja melhorando sua qualidade técnica, investindo na diversidade de seu conteúdo ou mesmo na acessibilidade da sua audiência. Esta observação pode ser comprovada ao se avaliar os investimentos de muitas emissoras em *sites* e portais na internet, onde disponibilizam seu conteúdo e abrem canais de participação junto ao seu público, reafirmando, por meio da rede global, a sua condição de proximidade. Contudo, tais mudanças são lentas, pois o modelo de televisão aberta no Brasil, baseado no sistema de redes e na dependência da publicidade, impede maiores investimentos em conteúdos diferenciados.

Por outro lado, outro risco para as audiências de emissoras locais é a manutenção de programas de baixos custos de produção, o que pode acarretar em conteúdos estereotipados e que extrapolam aspectos formadores da regionalidade de cada lugar. Do mesmo modo, programas de baixa qualidade de produção não refletem em produtos de baixa qualidade. A concorrência fomenta a disputa pela audiência nos mercados regionais. Estes, do mesmo modo que as redes nacionais, também mantém a cultura das celebridades[13].

[13] Nesse sentido, é interessante a reportagem da Revista Veja, de agosto de 2009, sobre a programação regional de televisão. São programas líderes em audiência nas suas localidades, que exploram hábitos e costumes locais e regionais. A reportagem enfatiza que mesmo ainda

O tipo de TV que temos já dá sinais de obsolescência e pede mudanças, mudanças, sobretudo, no gerenciamento da programação: a TV digital potencializará os processos e a recepção da televisão bem como o aumento da oferta de canais, cuja fidelização vai depender de outros recursos, mais especializados, em vez da memorização do canal e do horário de um programa. Mas a digitalização e a convergência tecnológica da informação e comunicação é uma pequena parte das mudanças que se esperam. Esse processo está relacionado a novas formas de contato do telespectador com a sua TV (sua programação) e, nesse sentido, estão incluídas mudanças na lógica do *zapping*, na homogeneidade dos conteúdos, e mesmo na noção de assistir TV como uma experiência coletiva.

O espaço de transmissão das imagens é público, e é nesse termo que ela deve ser pensada. As diferenciações que a televisão pode refletir da sociedade também podem ser usadas como estratégias de mercado diferentes ou mesmo congruentes com as formas tradicionais de fidelização (hábito de ligar na mesma estação, rotina de seguir a sequência de programação, horários fixos), na medida em que, por exemplo, a programação local pode ser um ponto eficaz de fidelização do espectador[14].

Vivemos tempos de mudanças, embora não saibamos ao certo se acontecerão na proporção que imaginamos ou para as quais apontam as possibilidades tecnológicas. Na programação e nos fluxos televisivos estão possibilidades para o surgimento de novos e distintos modelos de televisão e de novas e distintas relações entre a televisão e a sociedade. Uma transformação que perpassa pela reflexão, pela produção de conhecimentos diversos, expressivos, criativos e democráticos.

---

obedecendo a padrões rígidos de qualidade (como os impostos pela rede Globo e mais atualmente pela rede Record), os temas locais são alvos de investimentos. A entrevista mostra que na cidade de São Paulo a rede Globo tem a menor audiência em relação ao resto do Brasil, pois as redes concorrentes, que têm bases na capital paulista, investem muito nos conteúdos locais (VEJA, ano 42, n. 31, 5 de julho de 2009, pp. 144-151).

[14] A Revista Tela Viva de julho de 2009 fala sobre o investimento das emissoras e redes regionais de televisão aberta em vídeos na internet e páginas personalizadas que deixem o internauta mais próximo do canal de televisão, mais confiantes que o seu pedido seja atendido. Cita emissoras como a Rede Paranaense de Comunicação (RPC), a Amazon Sat e a TV Alterosa (Minas Gerais). “Se a estratégia dos grupos regionais de mídia com vídeo na internet está baseada na exaltação de elementos locais, explorando conteúdo diferenciado do que é exibido na TV, o modelo de negócios que viabiliza os projetos é bem tradicional e universal: a publicidade” (TELA VIVA. Ano 18, n. 195, jul/2009, p. 17).

Nosso objetivo é mostrar que é preciso apostar nas mudanças na televisão brasileira e não apenas fazer apologias ao caráter integrador da televisão regional. A programação da televisão genérica regional é ainda amadora, despreocupada com o gosto ou as demandas das suas audiências. Contudo, tanto a TV genérica nacional quanto as emissoras regionais estão em transformação, não para eliminar as diferenças, sobretudo para mostrar que elas compõem o todo social ao qual nos integramos. Nesse sentido, questiona-se: como manter generalizado um meio inserido em regimes sócio-culturais plurais?

O primeiro passo é não fechar os olhos ao fato de que o sistema de redes está se desintegrando e caminha para mudanças significativas em suas estratégias de sobrevivência. A opressão das redes de televisão aberta tem demonstrado sua ineficiência. Por exemplo, quando as emissoras regionais não conseguem manter um programa nos horários destinados pelas redes ao conteúdo local e é obrigada a transmitir programas específicos da região da cabeça-de-rede; ou quando é imposta a transmissão da mesma programação sem critérios, o que implica a aplicação da classificação etária de horário (programação antecipada, com até quatro horas de antecedência no período de horário de verão, nos Estados da Região Norte, com fusos horários diferentes). Isto para citar apenas discrepâncias mais acentuadas e visíveis.

Pensar a televisão no Brasil é perceber que a questão não se limita às tecnologias. A cultura televisiva no Brasil “está profundamente ligada à ausência de alternativas de uma sociedade sem acesso a outros tipos de consumo cultural, em especial aqueles que levam o espectador para fora de casa” (HOINEFF, 2001, p. 53). A TV aberta se bastou na programação que tem e se fechou para a busca de modelos diversificados; o resultado disso é a repetição dos mesmos gêneros, formatos e temáticas, embora algumas tentativas criativas tenham sido observadas durante sua existência, conforme vimos no capítulo anterior.

O fato é que as redes sucumbiram, a programação multicanal carece ser renovada, do mesmo modo a TV genérica no Brasil. Esta pesquisa demonstra que a programação em muitas emissoras regionais tem capacidade de expandir, tecnicamente e distintamente, apontando novas perspectivas para a nossa televisão.

O próprio significado do termo programação, portanto, deve estar também, e principalmente, em reflexão. A definição de programação deve atentar a novos

parâmetros e às novas configurações na relação das audiências com o veículo e da mesma forma nas demandas diferenciais verificadas regionalmente.

A programação é o cerne da narratividade da TV e a essência da transformação da televisão genérica, aberta ou segmentada. Nesse sentido, alguns aspectos têm sido postos em evidência e podem acelerar os debates em torno de mudanças, tais como: a evidência do "mito dos quinhentos canais" na TV segmentada, os quais em vez de diversificar os conteúdos, multiplicam as distorções presentes na própria TV genérica. Em consequência, o z*apping* é visto como confusão, ação desinteressada e pouco descritiva dos índices de audiência tendo em vista que o espectador "passeia" pelos canais sem uma intenção específica ou mesmo crítica. A partir disso, a interatividade surge como peça-chave para mudar as relações do espectador com a televisão. Mas ela não pode ser a única, sob o risco de continuarmos negligenciando as possibilidades de diferenciação do veículo, as mudanças em sua linguagem e em sua atuação social.

Um dos pontos iniciais para se começar uma mudança é pensar na especificidade da própria televisão, na sua linguagem. Para alguns autores, a primeira dificuldade para a concepção dessa linguagem, que ao mesmo tempo é uma forma de ação/atuação na vida cotidiana, é o fato de que a televisão "nunca se levou a sério", em grande parte pelos fortes elos dos sistemas de comunicação no Brasil com os poderes políticos e econômicos.

Assim, um começo eficaz é caracterizar o que é específico da televisão. Depois, identificar um novo "modo de ver televisão" em oposição à concentração de programas, tais como: a intimidade e a continuidade, por meio do endereçamento, o qual "permite especificar, ao nível do formato, a maneira pela qual o texto de televisão é sempre construído como estando continuamente lá pra alguém" (HOINEFF, 2001, p. 93).

Esse novo modo de ver televisão, portanto, ancora-se em sua segmentação e regionalização, por meio de redes temáticas ou segmentadas, bem como das possibilidades da convergência tecnológica compõem a televisão do futuro[15].

[15] Os debates divulgados pela revista Tela Viva anunciam que a linguagem da TV pode vir a ser definida em termos da segmentação em duas ordens: 1) Na programação temática, e isto significa identificar a imagem mais com a rede (emissora) do que com o veículo; e 2) Na aposta na multiprogramação, que tem sido elogiada por vários produtores, que para muitos é "o verdadeiro

É possível que, por meio de esforços dos produtores e pelas cobranças da sociedade, a televisão regional se torne um lugar do exercício de desconstrução e construção de significados aberto às singularidades regionais por meio da "experimentação em vez da representação", "da produção do sensível em lugar da reprodução da cópia ou do simulacro" (LINS, 1997, p. 110).

Nesse ponto encontra-se a atualidade dessa pesquisa: em discutir em que medida a programação e os programas da televisão regional avançam no pensar as identidades e as singularidades sociais e oferecem um novo modo de ver e de interagir com o meio. E nesse sentido, qual a dinâmica subjetiva das emissoras regionais no que diz respeito aos processos de construção e afirmação de identidades culturais.

3.2 A Regionalização da Televisão no Brasil

Os meios de comunicação, historicamente, nascem locais. A partir de 1960, com o advento do videoteipe, começa o processo de nacionalização das transmissões baseado em um sistema centralizado em redes com produção de mensagens nos grandes centros urbanos do país, e que foi consolidado com o sistema de transmissão via satélite e da rede de microondas da Embratel, em 1968, cujo marco foi à transmissão do Jornal Nacional, em 1º de setembro de 1969.

Assim, tal processo de generalização começou pela ideia de "integração nacional" pelos governos militares e seguiu-se primeiro com o crescimento e expansão das empresas de comunicação, depois com o sistema de afiliadas (barateamento das transmissões de microondas para satélites) as quais não investiam em produção local abrindo caminho para uma "colonização cultural" por meio da produção audiovisual concentrada nos Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Os valores e as realidades regionais são comumente interpretados sob a forma de estereótipos verificados, sobretudo na dramaturgia produzida na região Sudeste. Nesse modelo, também demarcamos o peso que tinham os organizadores

---

potencial da TV digital", mas que na prática não deverá ser implementada por todas as emissoras abertas (c.f.: TELA VIVA, ano 18, n. 191, mar/2009, pp. 16-18).

da produção jornalística nos acontecimentos políticos dos únicos, por determinado tempo, pólos de produção do país.

As notícias de outras praças só interessavam, portanto, se entre seus elementos tivesse a tragédia ou o pitoresco e exótico como valores-notícia, reafirmando a homogeneização dos cenários brasileiros na tela da televisão. A estética do exótico, portanto, torna-se a "estética do Diverso", mas não da diversidade. E o estético é acima de tudo um "modo de conhecimento do real" (LINS, 1997, p. 110), conforme já discutido no capítulo 1.

É evidente que as culturas locais ganham novas complexificações, à medida que são ressignificadas em função das novas realidades trazidas pela mundialização da Cultura e globalização da economia. Algumas razões históricas e culturais dessa revalorização seriam, em princípio, a existência de comunidades autônomas, com dialetos e culturas específicas, bem como a necessidade de visibilidade de demandas (políticas, sociais, econômicas) locais[16].

Carlos Camponez (2002, p. 20), no livro "Jornalismo de proximidade", pergunta: "a alternativa ao espaço público é a paróquia?". A resposta passa pela constatação de que uma das consequências da explosão do mercado global foi a revalorização dos contextos comunitários e, nesse ínterim, do desenvolvimento de formas locais de comunicação, como resposta ao esfacelamento das questões regionais no espaço público. Os jornalismos regionais e locais são perspectivas concretas integradas aos temas globais, pois que cada vez mais se caracterizam como a porta de entrada para as questões que ganharão importância no espaço público, que transitam da "aldeia" para o mundo global, onde os olhos alcançam.

Contudo, as discussões em torno da regionalização no Brasil perpassam os ideais da comunicação popular e alternativa no país e na América Latina, implementados pelos movimentos sociais com vistas à construção de identidades

[16] Os estudos de Cecília Peruzzo (2005) e Maria da Glória Gohn (1997) mostram que o interesse pela comunicação regional e local no Brasil pela academia fortalece-se no final da década de 1990, mas é precedido pelas discussões sobre a comunicação alternativa, popular ou comunitária mais presente na América Latina na década de 1980. Nesse sentido, os Novos Movimentos Sociais estão inseridos na criação de novas interpretações sobre a ação coletiva enfatizando a cultura, a ideologia, as lutas sociais cotidianas, a solidariedade entre as pessoas de um movimento e sua territorialidade e o processo de identidade criado. Assim, surge uma nova visão dos atores sociais, agora analisados por suas ações coletivas e pelas identidades que movem essas ações. Nesse sentido, esta identidade é parte constitutiva da formação dos movimentos que crescem em função da defesa dessa mesma identidade.

locais e à emancipação popular. As questões teóricas a respeito da categoria local trabalham com os conceitos tanto de comunidade (conservadoras e antropológicas ou modernas) quanto das relações sociais presentes nestas comunidades, ainda que elas não se identifiquem com os processos emancipatórios evidenciados na comunicação comunitária, popular ou alternativa[17].

A valorização do regional não é, entretanto, tema recente. Nota-se que a partir do investimento nas peculiaridades locais, muitos processos comunicacionais se "universalizaram", citemos, por exemplo, o sucesso internacional das primeiras telenovelas exportadas (*O Bem Amado*, *Escrava Isaura*) as quais descreviam temáticas regionalizadas, exóticas para os estrangeiros; ou mesmo o cinema novo que também universalizou o cinema e a regionalidade brasileiros.

Conforme já discutimos, evidencia-se neste momento o risco que esta proximidade da televisão regional pode acarretar: a construção de estereótipos, o exagero nos afetos e aspectos dramáticos da narração, a redução do cultural ao exótico. Em outras palavras, quanto mais evidentes as pluralidades, mas antagonismos se evidenciam nas arenas sociais. Assim, "quanto mais prática se torna a cultura, menos é capaz de cumprir um papel conciliatório, e quanto mais conciliatório ela é, mais ineficaz se torna" (EAGLETON, 2005, p. 64).

Pelo exposto, a valorização dos conteúdos locais constitui-se essencial, pois que nos circuitos de poder heterogêneos os sujeitos híbridos devem ser continuamente re-apresentados, dinamizando a apreensão da própria realidade. Pode-se analisar, portanto, em que termos a cultura regional da televisão tem um papel mais identificador ou segregador das identidades, como ação que busca determinar aspectos diferenciadores da sociedade em oposição a um silêncio que legitima a condição colonizada de certas culturas.

[17]Maria da Glória Gohn (1997) chama a atenção para as especificidades dos movimentos sociais na América Latina em geral, os quais são caracterizados por serem mais populares. Entretanto, nos anos 1960 a 1970 há mobilização intensa desses movimentos os quais também produziram muitos documentos, contexto que não foi acompanhado pela teorização pela Academia. Ao expor as teorias que permearam os estudos sobre os movimentos sociais até os anos 1970, Gohn atenta para o uso dos referenciais teóricos produzidos na Europa e nos Estados unidos para estudar os movimentos na América Latina. Sobre a produção dos movimentos populares no Brasil ver: DOIMO, Ana Maria. **A Vez e a Voz do Popular: Movimentos Sociais e Participação política no Brasil Pós-70**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará/Anpocs, 1995.

3.3 Global/Regional/Local

É preciso de antemão expor algumas dimensões contraditórias ao se falar em mídia local. Em primeiro lugar, entender que as comunidades estão cada vez mais diluídas em relação ao tempo de duração e ao espaço que ocupa, pois podem ser referenciadas a um bairro e região e mesmo a espaços que ocupam, pois podem ser referenciadas a um bairro e região e mesmo a espaços virtuais, a modos de vida e aos papéis sociais dos indivíduos. Em relação aos anseios comunitários o conceito se enraíza em outras bases sociais, pois a comunicação local ou regional não é necessariamente comunitária, nos termos das teorias sobre mobilização social.

Ao propor definições sobre o “local”, o “regional” e o “global”, Camponez (2002) aponta que as identidades são a tendência dos processos de “globalização” (relação local/global). No âmbito do jornalismo, por exemplo, a importância de uma ação social do jornalista, interagindo com e valorizando a comunidade, são respostas aos efeitos homogeneizadores da globalização. É a ideia de “um jornalista atuante”, pois o lugar onde se dão as relações sociais é que diferencia as pessoas no mundo global.

Contudo, mais do que efeitos de globalização, falamos sobre um processo que trata de um novo contexto de heterogeneidades dos espaços geográficos; mais do que territórios demarcados, esses espaços constituem regiões fronteiriças, no sentido dado por Homi Bhabha, ou seja, regiões de intervenção ou ainda um novo espaço geopolítico, os quais transcendem a tradição, o civismo, as questões éticas internacionais (para muitas culturas, a sua história está fora destas questões).

Essas regiões recriam lembranças das relações neocoloniais, assimiladas ou não aos artifícios da modernidade, mas sempre revelam o “hibridismo cultural de suas condições fronteiriças para ‘traduzir’, e, portanto, reinscrever o imaginário social tanto da metrópole como da modernidade”. O que necessariamente vai ao encontro de um novo que não está na relação do passado com o presente, pois que este passado é constantemente renovado e ressegurado como um “entre-lugar”, um lugar de encontros e antagonismos, de busca de reconhecimento e pertencimento entre nativos e estrangeiros, e, sobretudo da articulação de alguma ação sobre as condições desiguais operadas pela política dominante. Dessa forma, “o ‘passado-

presente' torna-se parte da necessidade, e não da nostalgia, de viver" (BHABHA, 1998, p. 26-27).

Ou seja, falamos de identidades, mas acima de tudo de processos sociais e políticos que colocam em xeque a televisão que ora temos e anuncia demandas de mudanças para outra televisão. A regionalização da televisão, pode-se pensar, é parte de um contexto de mudanças derivado do testemunho de que, numa sociedade plural e diferenciada, é no mínimo incoerente que a televisão genérica se mantenha ainda como a própria essência do veículo televisivo; é inconcebível continuar supondo que todos desejem ver a mesma coisa, que os centros urbanos, valores sociais, interesses e comportamentos de toda sociedade brasileira sejam idênticos aos locais de produção dos principais conteúdos televisivos[18].

> Mais uma vez, é o desejo de reconhecimento, "de outro lugar e de outra coisa", que leva a experiência da história *além* da hipótese instrumental. Mais uma vez, é o espaço da intervenção que emerge nos interstícios culturais que introduz a invenção criativa dentro da existência. E, uma última vez, há um retorno à encenação da identidade como interação, a re-criação do eu no mundo da viagem, re-estabelecimento da comunidade fronteiriça da migração. O desejo de reconhecimento da presença cultural como "atividade negadora" de Fanon afina-se com minha ruptura da barreira do tempo de um "presente" culturalmente conluiado (BHABHA, 1998: 29).

Assim, o ponto de partida para a construção de um conceito de televisão regional gira em torno de três perspectivas[19]:

a) A importância dessa atuação social dos profissionais da televisão a qual se traduz localmente na adesão às causas públicas e à sensibilização das pessoas:

b) A premissa de que por "território" e por "local" não se entende apenas um espaço geograficamente medido, em metros, e se define mais pela "sensação de proximidade", do que pela proximidade propriamente dita, ou seja, "o centro está

[18] A pesquisa divulgada pela revista Veja (2009) atesta as particularidades das preferências das audiências regionais. Alguns dados, segundo a revista: em Salvador e recife o aparelho de TV é ligado mais cedo e em Curitiba, mais tarde; ao passo que é desligada mais tarde em Porto Alegre e mais cedo em Belo Horizonte. Em relação a programação, os filmes são prediletos em São Paulo, Belo Horizonte, Fortaleza, Porto Alegre e Curitiba; noticiários locais são mais assistidos em Recife, Rio de Janeiro, Salvador e Brasília; já as novelas são prediletas nas cidades do interior, como Caruaru (PE) e Passo Fundo (RS) e têm audiência mais baixa em São Paulo e Fortaleza (VEJA, ano 42, n. 31, 5 de julho de 2009, pp. 144-151).

[19] Entendidas por meio das abordagens das seguintes obras: MENESES, 2003; CAMPONEZ, 2002; PERUZZO, 2005; LINS, 1997.

aqui e está em todo lugar, são frágeis as fronteiras entre o regional, o local e o global; e

c) Este mesmo território híbrido tem atualmente bases diversas: cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação - é o lugar do “diverso”.

Em uma primeira análise, as informações de proximidade agregam importantes funções de mobilização e reconhecimento dos atores sociais, concentram importante função social uma vez que fomentam elos culturais e laços comunitários. Cabe observar, contudo, que as mídias locais estão inseridas em contextos sócio-político-econômicos específicos que podem moldar e diferenciar a forma como os conteúdos são processados.

O território, a região, continua a ser o principal elemento caracterizador do conceito de comunicação regional e por isso sua abordagem não será descartada, embora relativizada. Apesar de não haver uniformidade no conceito de território, ele é central para iniciar qualquer discussão sobre televisão local, tendo em vista que as emissoras de TV são estruturadas pelo espaço geográfico, inclusive na definição do que seja “informação local”, mas ao mesmo tempo supera este espaço na medida em que esta proximidade pode ser definida em relação à abrangência dos públicos de interesse.

A mídia local se constrói com base na sua localização territorial, na territorialização de seus conteúdos, o que se torna expressivo com o surgimento da modalidade de comunicação local a partir dos canais de TV a cabo, tanto os canais comunitários quanto os comerciais. As TVs comunitárias envolvem ainda outros sentidos sociais e de uso social da comunicação. E claro, outros canais como o universitário, legislativos, enfim, diferenciam-se da estrutura regional. Buscam segmentos identitários e culturais mais definidos. Nesse sentido, a territorialidade esbarra na chamada “liquidez” das identidades modernas, conforme Bauman (2005).

Portanto, adotaremos o conceito de proximidade em relação à mídia local e regional proposto por Cicília Peruzzo (2005, p. 76): proximidade “se refere aos laços originados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada região, que têm muito a ver com a questão do laço territorial”. A partir daí pode-se definir o conceito de território, o qual ganha nova dimensão no momento em que agregamos a ele a noção de pertencimento e de identidade. Território em relação à mídia

regional e local, portanto, é o espaço, físico ou virtual, em que os conteúdos gerados são dotados de identidade e de elementos de pertença com os atores sociais desse espaço.

Os meios de comunicação regionais e locais, ou ainda meios de comunicação de proximidade, caracterizam-se, sobretudo pelo envolvimento do público com os conteúdos midiáticos. O confronto entre os fatos e a sua versão midiática pelo público é facilitado na televisão regional. O fato de tais conteúdos estarem mais evidenciados na experiência cotidiana das pessoas também corrobora para mudanças no quadro de influências político-partidárias e econômicas. São, então, interesses ocorrem de maneira peculiar, tendo em vista serem mais explícitos e embrionários.

Dentro dessa perspectiva, cabe salientar que a potencialidade de mobilização local da mídia regional muitas vezes se apresenta utópica, tendo em vista também que os modelos de produção televisiva são, muitas vezes, reproduzidos da grande mídia pela mídia regional. O jornalismo no Brasil, por exemplo, tornou-se padrão, à medida que as mesmas editorias são tratadas em todos os veículos e, do mesmo modo, os temas e assuntos, mudando apenas a localização da ocorrência.

O que é importante assinalar é a relativização dos processos de globalização, no sentido dado por muitos teóricos de que ela “invade” a tudo e a todos no momento presente. Homi Bhabha mostra que as pessoas constroem sua realidade a partir do encontro entre o mundo da vida e as negociações que fazem com o “Outro”, com as diferenças as quais estão presentes no confronto com o nosso próprio “vizinho”, mais do que na descoberta de um mundo global de sociedades e culturas diversas.

> Nossa tarefa, entretanto, continua sendo mostrar como a intervenção histórica se transforma através do processo significante, como o evento histórico é representado em um discurso de algum modo fora de controle. Isto está de acordo com a sugestão de Hannah Arendt de que o autor da ação social pode ser o inaugurador de seu significado singular, mas, como agente, ele ou ela não podem controlar seu resultado (BHABHA, 1998, p. 34).

Em outras palavras, o local é o espaço das mudanças significativas as quais, por estar no âmbito das subjetividades, seu resultado não pode ser previamente

determinado. Os interstícios entre o privado e o público transformam o "conteúdo das ideias políticas"; o próprio "lugar" de onde o político é falado – a esfera pública mesma - torna-se uma experiência de liminaridade, uma experiência de falar a partir do lugar onde as coisas acontecem.

É, portanto, nas banalidades encenadas do nosso cotidiano – rituais de casamentos, e outros que envolvem família, comida, vestuário -, que está o estranho, o diferente. O afastamento do mundo em termos binários (eu/outro) e o anterior reconhecimento da diversidade dos povos e de suas aspirações se convertem em encontros conosco mesmos, pois "requer ainda um deslocamento da atenção do político como prática pedagógica, ideológica, da política como necessidade vital do cotidiano – a política como performatividade" (BHABHA, 1998, p. 36-37).

O cotidiano carregado de criação e arte molda as intervenções que se faz na esfera pública (política). E embora a mídia local esteja mais engajada nas peculiaridades de cada território, ainda há muito caminho a percorrer no sentido de alcançar um modelo democrático e plural de comunicação tendo em vista as presentes complexidades e os jogos discursivos em ação. É preciso buscar sempre a efetivação de meios de comunicação mais democráticos e plurais. Nesse sentido, a televisão regional/local vive constantemente a contradição de contrabalancear a dinâmica de produzir no tempo presente, com os interesses locais, os vínculos produtivos e do próprio processo do fazer televisivo.

Cabe frisar que tais conceitos não são usados sem atentar para a sua complexidade. A heterogeneidade dos conceitos aplicados à programação de televisão aberta, por exemplo, constituiu o "calcanhar de Aquiles" deste trabalho. Alguns formatos e conteúdos mostram essa mobilidade[20].

[20] Existem os mesmos formatos de programas da RBS, com versões específicas para o Rio Grande do Sul e Santa Catarina, ou da EPTV e TVB em São Paulo. Ou ainda o mesmo programa nascido em um contexto local e expandido para outras praças, como o programa da EPTV *Terra da Gente*. Ou ainda a gravação em vários lugares com os mesmos traços culturais de um programa exibido localmente, caso do *Galpão Crioulo*, da RBS, e ao mesmo tempo exibidos em outras praças, como em Brasília, em que programas produzidos no Sul e Nordeste são aceitos tendo em vista a presença efetiva de pessoas originárias dessas regiões. Por outro lado, programas e reportagens sobre determinada cidade da região Nordeste são acolhidas pelos conterrâneos nordestinos de forma a haver identificação, reconhecimento e pertencimento por parte de atores não de uma cidade, mas de uma ampla região: Programas de humor, como *Panelada da Babalu* (TV Jangadeiro/CE), são veiculados em outras emissoras da Região.

3.4 Televisão Regional: Conceitos e Atuação

Pensar a TV regional exige um esforço teórico-metodológico que contemple a heterogeneidade da categoria, formada por emissoras com perfis distintos: emissoras piratas, comunitárias na TV a cabo, universitárias, afiliadas a redes comerciais nacionais, públicas etc. Antes de qualquer coisa é necessário entender o que é a televisão regional, uma programação regional e um programa regional. Na realidade, não existe dentro da legislação brasileira sobre radiodifusão nenhuma definição do que vem a ser uma televisão regional e posteriormente como deve ser efetuada uma grade de programação local – ficando isto a cargo das emissoras cabeças-de-rede.

Podemos dizer que, após a consolidação da televisão em redes no Brasil a partir da década de 1970, as nossas experiências de televisão regionalizadas coincidem com as descritas por Simões sobre algumas regiões européias, ou seja, em forma de “janelas horárias” cedidas pelas redes nacionais para a programação local. Pensar o conteúdo em face da grande diversidade de canais e ofertas cada vez mais diversas deve ser uma das preocupações da academia tendo em vista o potencial de mobilização da TV regional, mas o pouco aproveitamento desse potencial, em que se observa a repetição de conteúdos das redes nacionais pelas emissoras de televisão regional.

Diante das questões colocadas acima, o que é a "TV Regional?" torna-se a principal interrogação para os que se interessam pelo tema. Cassiano Simões (2005) foi um dos pesquisadores que se dispôs a tratar do tema, no empenho de definir o que é regionalização da televisão. Para o autor, a TV regional liga-se inerentemente à globalização, mas abrange elementos culturais locais que se misturam às demandas sociais.

No primeiro sentido, falar de regionalismo remete de antemão à formação do nacionalismo, da organização dos Estados Nacionais e no interior destes do desenvolvimento do livre comércio entre as regiões sob a lógica do mercado global em que a mundialidade começa a superar os espaços hegemônicos de coesão social da nação. A tarefa de dimensionar o conceito de local esbarra na sua relação com o nacional e o global. O local, segundo Renato Ortiz (1994), é uma unidade

coesa e múltipla, cujos territórios podem abranger dimensões geográficas também diversas. O nacional, no entanto, traz no seu conceito o fato de ser integrador, cujo espaço geográfico apresenta contornos políticos definidores. Nesse sentido, o nacional é constituído de vários “locais”, contudo pressupõe territorialidades homogêneas.

Na segunda abordagem, nos referimos ao processo de diferenciação que interliga territórios a uma mesma identidade. Um processo político-cultural endógeno, geralmente infranacional, em que partes não determinadas de espaços políticos e geográficos se reconhecem enquanto identidade (SIMÕES, 2005).

Nesse ínterim, os níveis local, nacional e global estão diluídos e não se opõem necessariamente uns aos outros. Tal mobilidade não faz mais pensar no termo local como uma “unidade coesa”. Diferi-se esta definição do conceito de “nacional” homogêneo, cujos contornos políticos formam uma concepção mais uniforme da cultura, ao menos teoricamente, pois uma região pode abrigar mais de um Estado-Nação (União Européia), ou pode ampliar suas influências para outros países e regiões (região caribenha) (NEGRÃO DE MELO, 2003); ou mesmo outros locais podem se transfigurar com outros vínculos a diáspora (comunidades latinas no sul dos Estados Unidos).

O conceito de programação regional de televisão, portanto, estará ligado a peculiaridades de uma região, às suas características físicas, sociais e culturais, e não necessariamente a um território geograficamente demarcado.

Essa constatação, contudo, se fará mais presente na análise audiovisual dos programas selecionados nesta pesquisa do que listagem e cartografia dos programas produzidos localmente pelas emissoras regionais, cuja relação está voltada para contextos territoriais (Região do País, Estado em que se encontra a emissora, nome da emissora etc.).

Há diversos caminhos para se analisar a regionalização. Um deles refere-se à análise da regionalização da televisão tendo em vista seu caráter nacional dentro do sistema internacional, o que nos leva a outro objeto de estudo. O que nos move neste trabalho é a televisão inserida em contextos definidos, a televisão caracterizada localmente. Não em relação aos conteúdos (produtos) regionais exportados e difundidos internacionalmente, mas à inserção da televisão em

contextos locais, a participação da televisão como um meio social dinamizado pelas relações sociais cotidianas. Nesse sentido, a regionalização da televisão de que trata Simões[21] constitui outra linha de observação a qual não será tratada nesta pesquisa.

Simões trabalha a regionalização em três âmbitos:

a) **Regionalização da produção:** a exibição global de produção local, que o autor chama de "regionalização da produção".

b) **Regionalização da grade:** a distribuição global de produtos locais, que o autor chama de "regionalização dos conteúdos" ou "regionalização da programação", que consiste na inserção de produtos audiovisuais de temas regionais em níveis globais e;

[21]Simões Simões (2004, pp. 37-41), busca responder ao seguinte questionamento: "a que tipo de manifestação corresponde uma TV regional?". Nesse sentido, destaca 12 situações presentes na televisão em que pode realizar-se a regionalização como articulação entre o global e o local a partir de três eixos: a exibição (operação de "broadcast"), a produção (realização dos programas) e a programação (a escolha/edição dos temas relevantes). A saber: **1. Regionalização da produção (distribuição x produção):** é polarização típica de exibição ou "broacast", que cruza as variáveis de distribuição local/global de produtos audiovisuais com as variáveis de produção local/global. Situações: a) Na distribuição local de produtos locais não cabe falar em regionalização, uma vez que já é regional ou local. b) A distribuição global de produtos globais é outra situação estável. Para ser regionalizada precisa mover-se em direção à operação local (produção local ou distribuição local). c) A situação de distribuição local de produtos globais é o sistema de afiliação presente nas redes brasileiras ou das programadoras de canais pagos locais que representam canais internacionais. d) A exibição global de produção local, que Simões chama de "regionalização da produção". **2. Regionalização da grade (distribuição x conteúdo):** análise de grade de programação, que vai cruzar as variáveis de distribuição local/global com as variáveis de conteúdo local/global gerando mais quatro situações típicas de grade de programação. Situações: a) A distribuição local de conteúdos locais caracteriza uma situação estável de plena difusão da cultura e dos valores locais, não importando a origem de produção. b) Por outro lado, a distribuição global (no caso brasileiro, em rede nacional) de conteúdo global (grade não regionalizada) também caracteriza uma situação estável de "difusão da cultura global". c) Primeira situação de distribuição global de produtos locais, que o autor chama "regionalização dos conteúdos" ou "regionalização da programação". Consiste na inserção de produtos audiovisuais de temas regionais em níveis globais. d) A distribuição local de programas globais chamada pelo autor de "universalismo cultural" é caracterizada por níveis de inserção de programas de temas globais na grade local. **3. Regionalização dos conteúdos (produção x conteúdo):** cruzamento das variáveis de produção local/global com as variáveis de conteúdo local/global fazendo emergir outras quatro situações típicas de produtos audiovisuais. Situações: a) A produção local de conteúdos locais caracteriza uma situação estável de um "programa local". b) A produção global de conteúdos globais caracteriza também uma situação estável de um "programa global". c) A produção local de conteúdos globais, que resultariam no o autor denomina "programas panorâmicos", como turismo internacional, jogos olímpicos. d) A produção global de programas regionais, que resultam em "programas focalizados" ou segmentados regionalmente.

c) **Regionalização dos conteúdos:** a produção local de conteúdos locais ou globais e mesmo a exibição de conteúdos globais de interesse universal ou local, neste caso que pode ser exibido em nível global.

Tendo em vista as muitas possibilidades de classificação da televisão regional, utilizaremos como critérios tanto o âmbito da produção como o da veiculação de conteúdos televisivos. Esses critérios são importantes tendo em vista o predomínio da televisão aberta no Brasil no sistema de redes, a centralização da produção e distribuição de conteúdos e o quase monopólio da Rede Globo que tem moldado o cenário televisivo nacional. Contudo, o termo regionalização será usado com parcimônia, pois é o termo regional que nos interessa, no sentido entender a produção específica de emissoras com concessão para região geograficamente demarcada. Interessa-nos perceber como os programas construídos localmente refletem ou não as identidades culturais regionais/locais.

A partir daí, surge a necessidade de se investigar se os conteúdos produzidos pelas emissoras regionais diferenciam-se dos conteúdos exibidos pelas redes de televisão para todo o território nacional, de que forma expressam os valores culturais locais, de que modo se inserem no cotidiano das comunidades atendidas pelo seu sinal. Cabe diferenciar, portanto, a produção regional de temas regionalizados, estes podem ser produzidos pelas redes nacionais e exibidos também nacionalmente. O conceito tratado envolve, portanto, o âmbito da produção e distribuição/veiculação local de produtos locais, o que classifica a televisão como regional de fato, ainda que os produtos em algum momento sejam exibidos nacionalmente.

Sérgio Capparelli (1982) classifica um programa de televisão (no caso o telejornal) de acordo com sua abrangência da seguinte forma:

- Telejornal Local: aquele produzido na área de emissão do canal;
- Telejornal Regional: produzido fora da área de penetração do canal, mas na mesma região geocultural;
- Telejornal Nacional: programa gerado no país, numa região geocultural diferente daquela em que está localizada a emissora que o exibe;

Na verdade, o termo regional em si já pressupõe um ou mais locais, como visto acima.

Carlla Polake (2002), por meio de entrevistas feitas com diretores de emissoras de sinal aberto do Espírito Santo e do Rio Grande do Sul questiona: o que é um programa regional? A autora chegou a um entendimento comum entre as respostas: “um programa regional é aquele produzido no estado”. Contudo, aspectos relevantes tinham sido citados nas entrevistas, dos quais se destacam: a possibilidade de um programa regional “falar do local e valorizar, sempre, as coisas da terra”, e nesse sentido, ter envolvimento comunitário; e por outro lado, o fato de que um programa regional, produzido no Estado, não deve, necessariamente, falar sobre sua própria região. Algumas características do programa regional citadas pela autora encontram conformidade com os aspectos abordados por Simões. Ou seja, o programa produzido localmente pode falar de temas globais, mas que interessem particularidades regionais.

Essa ideia é corroborada com a definição de envolvimento comunitário feita pelo diretor de telejornalismo da RBS (RS), Raul Costa Junior, em entrevista a Pollake. Segundo Costa Júnior, envolvimento comunitário como um conjunto de ações junto à comunidade, e ressalta que cada programa faz isso de uma forma, de acordo com a sua abordagem.

Sob outro ponto de vista, o conceito de televisão regional passará pela sua materialidade (alcance das ondas e sinais), da mesma forma pelo tipo de emissora, pela sua formalidade, pelo conteúdo local ou pela descentralização administrativa. Contudo, ele está muito mais efetivado na forma como a televisão atuará como instância mediadora, negociadora de identidades, espaço de reinscrição de relações sócio-culturais, de auto-reflexão do sujeito, não apenas como o sujeito se olhar no espelho, mas por meio do encontro consigo e com o outro reescrevendo a história presente. O Regional é, antes de tudo, um “campo de representações”, “o lugar discursivo e disciplinar de onde as questões de identidade são estratégica e institucionalmente colocadas” (BHABHA, 1998, p. 81).

O autor, nas palavras que citamos abaixo, antes de analisar o caso específico da experiência da televisão, nos coloca um momento de reflexão sobre as possibilidades que dela surgem:

> Cada vez que o encontro com a identidade ocorre no ponto em que algo extrapola o enquadramento da imagem, ele escapa à vista, esvazia o eu como lugar da identidade e da autonomia e – o que é mais importante – deixa um rastro resistente, uma mancha do sujeito, um signo de resistência. Já não estamos diante de um problema ontológico do ser, mas de uma estratégia discursiva do momento da interrogação, um momento em que a demanda pela identificação torna-se, primariamente, uma reação a outras questões de significação e desejo, cultura e política (BHABHA, 1998: 83-84).

Rogério Bazi considera televisão regional "aquela que retransmite seu sinal a uma determinada região e que tenha sua programação voltada para ela mesma" (BAZI, 2001, p.16). É importante situar o espaço de transmissão do sinal como referência de localização da emissora, entretanto, nosso conceito também buscará a ação diferenciadora da TV regional como espaço de experiências subjetivas localizadas, de intervenção específica de valores e interesses de um determinado grupo ou sociedade.

Por questões metodológicas, será adotado o conceito de regional ao nos referirmos às produções e emissoras locais, embora se evidencie a diferença da abrangência dos termos local e regional. Por outro lado, é vago nos referirmos a emissoras locais tendo em vista que mesmo tendo seu sinal gerado em um único município, sua abrangência é muitas vezes expandida. A fim de evitar confusões, este estudo trabalha apenas com o termo regional, referindo-se às emissoras que abrangem partes ou todo um estado ainda que a cabeça-de-rede esteja situada na mesma região. Assim, televisão regional refere-se às emissoras de televisão cujo sinal atende a localidades específicas, seja a um Estado da federação ou uma região geográfica menor desse estado. Excepcionalmente, pode-se encontrar emissoras que agreguem vários municípios mesmo em Estados diferentes.

O conceito de televisão regional abarca, portanto, desde a Rede Amazônica, que cobre seis estados da Região Norte, à Rede Paraense de Televisão, que cobre três cidades do Pará, ou mesmo a EPTV, que cobre cidades nos Estados de São Paulo e Minas Gerais, passando pelas emissoras cujo sinal alcança poucas cidades em único Estado. Além disso, o âmbito de seus conteúdos fará importante diferença na opção por inserir uma determinada emissora no contexto regional, tendo em vista que ela pode estar localizada em uma região, mas ter seu sinal transmitido para todo

o país e não necessariamente propor conteúdos que atendam interesses específicos de um grupo determinado[22].

Pelo exposto, define-se o conceito de programa regional a ser trabalhado: programa regional é aquele produzido no Estado da federação, exibido em uma única emissora de televisão, e produzido por ela ou por produtores independentes. Importa perceber que muitas emissoras abrangem apenas parte de alguns Estados, constituindo elas próprias emissoras regionais, não apenas locais.

A produção local, por outro lado, seria a produção e distribuição de produtos locais, que caracteriza um "programa local", sendo que os conteúdos podem ser globais (produção local de conteúdos globais), ou regionais (produção local de conteúdos locais).

Neste último caso, a televisão regional agrega valores mais comunitários, pois busca se inserir na vida cotidiana. As próprias redes, por exemplo, a fim de estreitar laços com a comunidade, desenvolve ações, como campanhas sociais e eventos, que buscam manter a credibilidade da emissora junto às audiências e nesse ínterim conquistar novos anunciantes, evidenciando o conceito de empresa cidadã, que participa da vida da comunidade e valoriza os aspectos potenciais de seu desenvolvimento, enquanto conquista legitimidade junto ao público. Estas são ações estratégicas com o objetivo de criar "um nível de simpatia e fixação de marca" (BAZI, 2001, p. 55-62).

3.5 Emissoras Regionais e as Redes de TV

Dois caminhos se cruzam ao falar em TV regional e redes nacionais de televisão aberta: o primeiro, a vocação comunitária da TV regional, e o segundo, a dependência da distribuição de produtos das redes bem como o controle, sobretudo no horário nobre. É de se frisar ainda que as emissoras regionais caminham muitas

[22] E apesar de evidenciarmos o caráter heterogêneo das comunidades e das relações de pertencimento, para efeito prático desta pesquisa, coerente com nosso objeto, não podemos inserir emissoras locais cujos conteúdos são tematizados, direcionados para determinados grupos de mesmos interesses, mas ligados de maneira virtual, ou seja, sem a especificação de um espaço geográfico.

vezes a passos curtos em relação à qualidade de seus produtos, com poucos investimentos em profissionais qualificados e equipamentos mais modernos.

A TV regional, pelo contexto complexo em que está situada, não é garantia, portanto, de que determinada comunidade vai “se ver na tela”, de que seus conteúdos sejam regionalizados e envolvam culturalmente. Contudo, a TV regional é espaço onde as características culturais de cada comunidade podem ser vistas e ao mesmo tempo a homogeneização sociocultural diluída.

Pesquisa desenvolvida por Cristina Fort (2005) com grupos focais buscou identificar espectadores em potencial e suas expectativas quanto à programação televisiva da tevê educativa. As referências encontradas pela pesquisadora, nos depoimentos, em relação aos tipos de programas foram: informativos; cultura que relata a história; o folclore; a cultura regional; o turismo; a música; a teledramaturgia (novelas, minisséries e séries) e com menor presença filmes; e esportes. O estudo confirma, portanto, a vocação da televisão regional para assuntos relativos à cultura local, temáticas mais regionalizadas às quais não têm constituído o interesse das redes comerciais nacionais de televisão aberta.

Pelo que já foi dito, a vida comunitária evidenciada no encontro do “Diverso” tem sido excluída dos veículos de comunicação no Brasil, o que mostra um caminho alternativo para a dinamização dos meios de comunicação regionais: por meio do encontro/confronto dos códigos da nacionalidade, da preparação do indivíduo para o futuro, como forma de enriquecimento de conhecimentos instituídos na sua identidade, o que inclui, portanto, a visibilidade de suas heranças culturais (FROTA NETO, 1993).

Devido ao seu potencial local e as dinâmicas sócio-culturais e econômicas contemporâneas, as emissoras regionais cada vez mais recebem investimentos das redes, como a RBS, a EPTV e demais afiliadas da Globo, cujas equipes capacitadas e equipamentos técnicos modernos promovem a melhor atuação na cobertura local e na possibilidade de produção de programas. Na década de 80 do século passado, as emissoras começam a se estruturar melhor e as comunidades passam a conviver com o telejornalismo local em suas transmissões, pois o regional até então estava ligado somente ao rádio e ao jornal impresso.

O “Projeto Regional do Futuro”, implantado na década de 90 do século passado pela Rede Globo, é um exemplo dessa tendência. Atuou estrategicamente em emissoras de São Paulo, mudando nomes e investindo nas suas televisões com o objetivo de manter mais fortes os vínculos da emissora com a comunidade. O sistema de redes permite que as emissoras regionais afiliem-se às grandes redes de penetração nacional garantindo liderança na audiência e força local. Também permite à emissora-mãe chegar a quase todo território nacional e incentiva à formação de redes regionais fortes.

Nesse ínterim, os principais entraves que prejudicam a expressividade local nas emissoras regionais poderiam ser encabeçados por três aspectos: o limite de tempo imposto pelas redes; horários alternativos de menor audiência; os enquadramentos dos padrões nacionais como temáticas e modos de expressão, os quais inibem a criatividade da produção local; a homogeneização dos formatos de seus noticiários locais e outros programas, como percebido nas redes Globo e Record. Muitos programas locais produzidos e veiculados nas emissoras regionais filiadas à rede Globo, além do jornalismo, comumente carregam as mesmas temáticas (os programas rurais, sobre ações da sociedade civil organizada ou de esportes – *Jornal do Campo*; *Sergipe Comunidade*; *Lance Final* etc.).

O outro viés de abordagem da TV regional é o econômico: a busca da confiança do anunciante local, dos empreendedores locais e regionais e formação de um público/consumidor diferenciado. Portanto, ainda que os produtores acreditem que a produção de programas com conteúdos locais sejam a diferença da TV regional, os ditames econômicos imperam. Assim, a TV regional comercial não é voltada exclusivamente para os interesses culturais locais, mas é responsável primeiramente pela dinamização da economia local, articulando cultura e indústria, mercado e profissionais de publicidade. As agências de propaganda e os anunciantes, mais que clientes, são considerados “parceiros” das emissoras regionais (BAZI, 2001, p. 82).

Contudo, o cenário da televisão tem se modificado e não basta o atrelamento às redes nacionais e os investimentos publicitários locais para garantir o sucesso das emissoras regionais. A TV regional também deve diversificar seus produtos e investimentos, como a própria EPTV, que adquiriu, em 1997, a única televisão a

cabo de Campinas, São Paulo. Manter uma equipe competente e estreitar laços com a comunidade aproxima a TV das audiências e diferenciam-na da rede.

Nesta perspectiva, por meio da análise de Rogério Bazi sobre a EPTV/SP, o sucesso de uma emissora regional pode vir de quatro fatores:

1. Localização geográfica, que facilita a captação de recursos;
2. União entre emissora regional e comunidade;
3. Profissionalização do jornalismo;
4. Incentivo à regionalização do jornalismo de televisão.

A conclusão do estudo citado enfatiza a busca pela sustentabilidade e pelos lucros pela EPTV e destaca o potencial de produção dos próprios conteúdos locais e globais, veiculados tanto regionalmente como nacionalmente.

O interesse da grande mídia pelo local se dá, sobretudo, pela via mercadológica do que pelo conteúdo, tendo em vista que a diferenciação local constitui-se um nicho de mercado. A relativa dependência das emissoras ao capital externo promove a sustentabilidade para a maioria destas empresas. As grandes redes de televisão tiveram seu crescimento garantido pelos investimentos de grupos economicamente fortes, como a Globo, a Excelsior e o SBT. As principais redes regionais também possuem grandes investidores locais.

Os pequenos anunciantes são a grande aposta da TV regional. Aliado ao custo caro da produção de programas de televisão e às próprias estratégias do mercado da televisão, a TV regional, sobretudo a comercial, busca meios de driblar as regras capitalistas de lucro e da oferta/demanda, tentando construir uma programação local efetiva. A relação entre as redes nacionais e suas afiliadas torna-se uma estratégia de sobrevivência das emissoras regionais. São os anunciantes que mantém a sustentação da maioria dos canais comerciais e a crescente proliferação dos canais locais tendo em vista a demanda de pequenos anunciantes que mostram que existe um mercado regional e local possível.

Contudo, a produção televisiva é investimento caro e nesse sentido a afiliação a redes de televisão nacionais constitui uma alternativa à sobrevivência de muitas emissoras locais. Um caso citado pelo autor é o da TV Serra Dourada de Goiânia que gastou, em 1998, 64% do faturamento para produzir 100 minutos de programação local. A própria TV Globo é cuidadosa a esse respeito. Programas como a minissérie *Hoje é Dia de Maria*, dirigida por Luiz Fernando Carvalho e exibida em 2005, por exemplo, que exigiu vultosos investimentos, só são produzidos tendo em vista os objetivos em torno da sustentação da imagem da emissora (BRITTOS e SIMÔES, 2006).

Para os produtores, é a parceria com a rede que viabiliza a operação da emissora local. Entretanto, o controle forte exercido pelas redes nacionais de televisão ainda é empecilho na constituição de uma programação local inovadora e dinâmica. A televisão movimenta esforço físico para ser vista, não só em relação à produção, mas também às audiências.

Conforme exposto acima, o aumento da audiência de uma emissora não significa necessariamente que ela valoriza as “características regionais”, “mostrar o público local” a ele mesmo (um programa de gaúchos para gaúchos) não garante o retorno do público. Enfim, não é a exigência de um determinado percentual de programação regional que vai suprir as demandas de conteúdos de fato regionais.

O mercado cada vez mais diferenciado exige estratégias mais plurais, a começar pela própria programação dos canais abertos ou pagos, que deve ser pensada de acordo com as novas tecnologias de informação e comunicação (TIC´s), a digitalização dos processos técnicos e com a convergência tecnológica. Embora acreditamos que a construção de uma nova televisão passa muito além dessa afirmação, concordamos que o aspecto tecnológico pode e deve ser usado como instrumento para uma televisão mais plural.

3.6 Programação Regional da Televisão Aberta

A regionalização da produção de TV tem sido objeto de ação política por meio das legislações, mas se limita ao caráter técnico seja pelo barateamento dos custos de produção e distribuição de sinais que possibilitou a produção local, seja pela demanda crescente por uma programação diferenciada. E é essa diferenciação que vai permitir a retomada da produção regional, ainda que veiculada fora de seu local de produção, a exemplo da tematização regional de telenovelas e dos noticiários como vimos antes.

Entretanto, os grandes operadores *broadcast,* por questões políticas ou econômicas, não diversificam as características de sua programação, a qual, mesmo segmentada ou regional, possui estilos repetitivos. A competitividade acaba se dando no âmbito de cada gênero, como é característica tanto dos canais segmentados, como esportes e filmes, quanto da própria TV genérica. Nesta perspectiva, para muitos pesquisadores da área, "é na possibilidade do tráfego nacional de uma programação regionalizada, portanto, que ela se depara com sua alternativa de viabilização" (HOINEFF, 2001, p. 97-99). Este tráfego de uma produção regional, no entanto, não tem necessariamente a ver com a sua regionalização, com a programação comunitária de interesse específico de um grupo definido. Por outro lado, a ideia de que "dar ao povo o que ele precisa", é perigosa, porquanto não se pode afirmar que o público se informe mais por um telejornal do que por meio de uma telenovela, por exemplo.

Não se pode alimentar a visão romântica de que a produção local vai expressar a pureza e a heterogeneidade de uma cultura regional, posição ideológica semelhante ao pensamento base da televisão estatal: dar ao povo o que ele precisa. Assim, abre-se um espaço de atuação das mídias regionais pois as cadeias nacionais não atuam da mesma forma nas diversas regiões do país e tanto pode levar a simples repetição da programação com a melhoria da qualidade do sinal por uma emissora local, quanto incentivar a mídia local produtora de conteúdos devido a outros fatores, como a existência de pólos urbanos regionais fortes, com isso mercados diferenciados, e de territórios localizados, com culturas, história e tradições distintas.

A expansão das redes temáticas e a consequente fidelidade das audiências a um tipo de interesse não é garantia de que o público vá dedicar-se a assistir sempre o mesmo produto, como é a crença da televisão genérica. Por outro lado, na categorização por serviços demandados, haveria uma tendência maior para a regionalização, com a possibilidade de trazer à tona novos hábitos de ver televisão,

> em que os serviços comunitários representam parte importante de uma televisão que não apenas produza uma programação regional e a universalize, distribuindo-a para um grande conjunto de sistemas, mas que se volte exclusivamente para uma audiência regional (HOINEFF, 2001, p. 102).

E pensar sobre isso é, sobretudo, uma possibilidade de ação diferenciada, de olhar para a programação local por meio dos processos comunicacionais além do seu arquétipo de persuasão e controle dos públicos ou para a manutenção da sociedade pelo processo de (re)produção da realidade. Um terceiro modelo de televisão, portanto, pode surgir a partir do papel cultural do entretenimento.

A decisão de "colocar no ar" programas regionais é das afiliadas. Elas decidem, portanto, se utilizam os horários disponibilizados pelas emissoras cabeças-de-rede ou se continuam retransmitindo a produção nacional naquele espaço. Algumas emissoras acabam fazendo a segunda opção, pelo custo que uma produção televisiva exige ou pela falta de investimentos na profissionalização de seus produtores.

A Regionalização da produção de TV, contudo, tem sido assunto discutido a cerca de duas décadas sem consensos. A regulamentação do inciso III do artigo 221 da Constituição Federal é um dos projetos de lei que tramitam pelo Senado. O senador de Mato Grosso, Antero Paes de Barros, reapresentou um projeto que determina que 50% do horário nobre nas emissoras deverão ser destinados à produção da própria emissora, o que representaria um marco para a diferenciação dos produtos televisivos lançados no Brasil. O projeto foi elaborado e apresentado pela primeira vez em 1988 (Art. 221 inciso III - regionalização da produção cultural, artística, jornalística), mas foi arquivado porque o senador não se reelegeu. Em 1991, a então deputada Federal Jandira Feghali apresenta o projeto de lei 256-d, também propondo cotas mínimas de programas culturais, artísticos e jornalísticos

totalmente produzidos e emitidos nos respectivos Estados, produzidos pela emissora regional ou por produtora independente.

Em se tratando de emissoras regionais afiliadas às grandes redes nacionais dois fatores estão fortemente presentes na constituição da programação: o primeiro refere-se ao controle da produção local por meio dos limites nos horários liberados na grade pelas cabeças-de-rede; e o segundo, a viabilidade comercial que é em grande parte a responsável pela qualidade do programa.

Além dos custos para se produzir programas de televisão, o "Padrão Globo de Qualidade" tem sido apontado como barreira para a produção local, mesmo para as próprias afiliadas à Rede Globo. O monopólio da Rede Globo faz com que programas inéditos sejam mais aceitos quando viabilizados por suas afiliadas, conforme cita o gerente de programação e produção da TV Capixaba – afiliada da Bandeirante no Espírito Santo, Luis Antônio Albuquerque, em entrevista a Carlla Polake (2002): "Se a Globo o fizer vai ser sucesso pra todo mundo. Mas você pode colocar o que você quiser em qualquer outra emissora no período das 20h às 22h, que se a Globo continuar com as suas novelas não dá. O público brasileiro é consumidor de novelas".

O diretor de operações da TV Norte (rede Gazeta, afiliada Globo no Espírito Santo), Carlos Lindenberg Neto, afirma que a regionalização consiste em atender às necessidades do público local, mas considera ser uma forma estratégica de superar os concorrentes e fortalecer a imagem da emissora no estado (POLAKE, 2002).

As redes sempre reservaram espaço para a produção de programas locais mesmo que pequeno e destinado majoritariamente aos noticiários: a Globo tem basicamente duas horas e meia de noticiário local e outras brechas em horários opcionais concentrados de madrugada, e nas manhãs de sábado e domingo. As demais redes possuem tempo variado embora a Rede Record busque homogeneizar a programação, o que ocorre de fato apenas com suas próprias emissoras. Em 1998, pesquisa de Carlos Franciscato[23] apontou que apenas a TV Sergipe (GLOBO) e a TV Atalaia (SBT, hoje Record) mantinham produção jornalística local.

[23] FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A construção da notícia política nos jornais de Sergipe. Uma análise dos constrangimentos e influências na produção jornalística**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) Faculdade de Comunicação (FACOM): Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1998.

Entretanto, algumas emissoras locais têm investido na qualidade de seus produtos. Muitas se tornaram pequenas redes regionais e vêm acentuando produções locais, exibidas na região, bem como a veiculação de programas produzidos regionalmente, em rede nacional. É o caso da Rede Brasil Sul (RBS) e das Emissoras Pioneiras de Televisão (EPTV), ambas afiliadas da rede Globo. A RBS, pioneira na formação de uma rede regional, instalou, em 1963, as primeiras emissoras no interior do Rio Grande do Sul e atualmente cobre ainda o Estado de Santa Catarina. A EPTV, inaugurada em Campinas, contempla mais três emissoras: EPTV Campinas, EPTV Ribeirão, EPTV Central (São Carlos) e EPTV Sul de Minas.

Vários projetos regionalizados também podem ser verificados no dia a dia da programação local e nacional. Produções compartilhadas entre afiliadas e as redes, como documentários sobre temáticas regionais, reportagens exibidas nacionalmente nos jornais diários ou nas revistas de domingo. São projetos que além de dinamizar a programação da televisão, fortalecem a imagem da emissora regional tanto junto ao público local como de outros estados.

Esse círculo, descrito até então por outros autores, vem alterando-se no que se refere às regras de horários quase imóveis que permeou por muito tempo o Padrão Globo, e que constituía um entrave no desenvolvimento da produção regional. Para a rede Bandeirante, por exemplo, a padronização do conteúdo e o controle da programação e dos horários de suas afiliadas podem prejudicar as peculiaridades de cada lugar (MULLER, 2007, p. 143).

Outra dificuldade de inserção de programas locais é a pouca abertura às produções independentes nas grandes redes. A criação da Lei do Audiovisual (Lei nº 8685/93) abriu caminho para a discussão em torno dos incentivos à produção independente de obras audiovisuais quaisquer que sejam os processos de captação, do suporte utilizado na fixação das imagens e sons, ou dos meios utilizados para a sua veiculação. Para efeito desta Lei, produção independente é aquela produzida por empresas brasileiras ou por meio de co-produção com empresas estrangeiras, desde que o produtor majoritário não tenha vínculo com empresas de radiodifusão e cabodifusão.

Sobre a participação de produtoras independentes de Bauru na televisão, Ana Sílvia Lopes Davi Médola (1997) mostra que mesmo num mercado competitivo como o interior de São Paulo, as duas principais produtoras independentes de vídeo de

Bauru, a TBR Produções para TV (fundada em 1989) e a Lead Comunicação (fundada em 1990) conseguiram realizar e veicular nesse tempo apenas dois programas. A rigidez na abertura a produtos independentes é geral. Segundo a pesquisa, das produtoras existentes no País em 1996, apenas vinte realizaram programas periódicos para a televisão veiculada em rede nacional, aproximadamente trinta programas[24].

O vice-presidente executivo da Rede Globo, Roberto Irineu Marinho, atesta os limites de inserir produção independente na TV brasileira:

> O nosso principal ativo não é ter um ou dez programas bons. É contarmos com uma estrutura de programação criativa e inteligentemente integrada. Para isto, a maior parte das nossas produções precisa ser planejada e concebida internamente, seguindo um fio condutor invisível, mas fundamental, que amarra diversos produtos numa estrutura global de programação. Poderemos comprar material produzido por terceiros e já o temos feito. É necessário, no entanto, que as produções independentes sejam um complemento de nossa programação e se encontrem dentro do padrão de qualidade da Rede Globo[25].

De acordo com os dados desta pesquisa, a presença das redes regionais, exceto pelas redes criadas como forma estratégica de integração (Rede Matogrossense e Rede Amazônica), coincide com a capilaridade do mercado: ETTV/Globo (interior de São Paulo); RBS/Globo (Rio Grande do Sul e Santa Catarina); RPC/Globo (Paraná); Rede Bahia/Globo; Rede Minas/TV Brasil; RIC SC/Record (Santa Catarina); TVB/SBT (Santos e Campinas). Percebe-se o que já anunciava Capparelli (1982), que a programação de uma estação de TV do interior surge da necessidade de "atender a um mercado regional", reafirmando que a programação da TV aberta comercial é definida pela capacidade financeira da emissora.

Contudo, muitas questões culturais e sociais sobressaem além da imposição financeira. A proximidade de uma emissora é que vai definir sua posição cultural em um determinado território onde as emissoras regionais exploram certas experiências singulares com suas audiências. Além de apostar no interesse das audiências pelos

---

[24]Produção audiovisual independente é totalmente executada por uma produtora, sem qualquer participação da emissora de televisão, a qual, em geral, vende um espaço da sua grade. Na produção de televisão terceirizada a emissora participa da produção de forma direta ou indireta, geralmente financiando o suporte estrutural da produtora.

[25] Em entrevista concedida ao periódico *Meio e Mensagem*, de 27 de março de 1995 (p. 13) (MÉDOLA, 1997).

acontecimentos de sua região, outra estratégia de mobilização da TV regional é a integração da emissora com a comunidade. A TV regional busca audiência e credibilidade, mas nem sempre isso ocorre por meio de mudanças na produção de programas que visam à mobilização social, à pluralidade e à cidadania. A credibilidade junto aos públicos está atrelada tanto à qualidade dos programas, como aos seus conteúdos, cujo diferencial em relação às cabeças-de-rede está não apenas no retratar os aspectos regionais, mas em como retratá-los. A estratégia, então, gira em torno do tradicional custo-benefício: embora alguns desses projetos signifiquem mais gastos para a emissora, constitui um investimento seguro na imagem e força local da televisão.

Robson Bastos da Silva (1997), em estudo sobre as emissoras de televisão TV Tribuna (afiliada Globo) e TV Mar (afiliada Manchete), localizadas na Baixada Santista/SP, conclui que o público sente necessidade de obter notícias rápidas e precisas sobre sua região. A pesquisa faz um levantamento dos assuntos divulgados nos dois telejornais locais das tevês Tribuna e Mar, recortando os principais temas e as principais cidades cobertas pelas reportagens. Os dados encontrados pela pesquisa[26] mostraram que a cidade de Santos tinha cobertura privilegiada em ambas as emissoras, seguida da cidade contígua de São Vicente. Os temas de interesse regionais, sobretudo referentes à cultura e lazer e esportes foram os mais trabalhados. Verifica-se que as emissoras locais encontram-se alheias a um projeto regional diferenciado. Cabe observar que a televisão regional na Baixada Santista surge apenas no início da década de 1990 e só a partir de 1994 as emissoras criam seus departamentos de jornalismo. Segundo o autor, havia o mito de que devido à proximidade com a capital (60 km), o interesse das audiências e dos anunciantes pelo jornalismo local seria pequeno, um mito comprovado pelo surgimento tardio do departamento de jornalismo próprio das emissoras.

O estudo citado acima demonstra que as tevês regionais, há mais de uma década, têm buscado modificar seus papéis diante do advento das tevês a cabo e

[26]Das 66 matérias realizadas pela Tribuna, 39 (59,09%) foram feitas no município principal da região, Santos, e na TV Mar, das 98 matérias veiculadas, 64 (65,30%) diziam respeito à cidade de Santos. O segundo assunto mais coberto na Tribuna (15,15%) foi sobre temas de interesse regional, enquanto que a TV Mar abordou a cidade contígua de São Vicente (15,30%). Em relação aos assuntos, a predominância de matérias da Tribuna foi da área de cultura/lazer (24,29%), enquanto na TV Mar o assunto de maior interesse foi o esporte (28,57%). Contudo, o tema região não foi destaque em nenhum dos canis: ficou em segundo lugar na Tribuna (19,69%) e em terceiro na TV Mar (19,38%) (SILVA: 1997).

da chegada das TV's comunitárias. E deve intensificar ainda mais a mudança em suas estratégias de programação com a chegada da TV digital. Segundo o autor, "o jornalismo pode ser um caminho para modificar esta situação e tornar as pessoas mais próximas de seu cotidiano". Notamos que esta análise está relacionada ao fato de o jornalismo local ser o gênero que se mantém presente na maioria das emissoras regionais vinculadas às redes nacionais[27].

Contudo, após mais de 10 anos do estudo em questão, muitos programas em diversos subgêneros e formatos e que trabalham diferentes temáticas são observados na programação das emissoras regionais no Brasil, afiliadas às maiores redes de TV aberta. Cenário que pode ser observado na análise dos dados desta pesquisa.

Na verdade, esse quadro esconde contradições em pelo menos dois sentidos. As deficiências técnico-financeiras e gerenciais de muitas emissoras no Brasil praticamente as obrigam a criar estratégias as quais menos interessadas em concorrência com a rede líder, buscam a sobrevivência. De uma forma ou de outra, como já afirmou Bolaño (1988), as emissoras devem se adaptar ao mercado deixado pela empresa-líder.

O contexto de televisão em Campina Grande, nessa época, aponta para os dois elos da TV comercial regional: de um lado fortes vínculos político-eleitoreiros e do outro a racionalidade capitalista. A TV Borborema surge já no momento de falência do império de Assis Chateaubriand, sobretudo a partir do seu falecimento, em 1968. O Condomínio Associado na Paraíba tinha nessa época preocupação com a sobrevivência; até então, a TV Borborema atuava no mercado de Campina Grande (BARROSO, 1996).

A TV Borborema viu-se obrigada a mudar a fim de manter sua audiência a partir da implantação, em 1987, da TV Paraíba, que surge com propriedade centralizada e moderna para atender ao "Padrão de qualidade Globo". A TV Borborema, nesta época, já era conduzida, segundo profissionais entrevistados, com "desleixo" na direção, "voluntarismo" e "altruísmo" pela equipe produtora, que

[27]O quadro atual modifica-se um pouco, é possível vislumbrar a crescente presença de programas de outros gêneros e formatos por meio de pesquisas diversas, como esta própria; a de Cosette Castro (2006) e a de Jonas Valente (VALENTE, Jonas C. L. Produção Regional na TV Aberta Brasileira: um estudo em 11capitais brasileiras. In Observatório do direito a Comunicação, 2009. Disponível em: http://www.abtu.org.br/arquivos/pdf/129_producaoregionaltvabertaok.pdf. Acesso em: 13.07.2009.

trabalhava com equipamentos defasados e baixos salários. Quadro bastante semelhante em muitos outros Estados em que as afiliadas se sobressaem devido ao caráter mais estratégico da rede-mãe.

Por tais circunstâncias, surge a ideia do lema "*televisão da terra*", mostrando a TV Borborema como uma televisão não-elitizada, uma "verdade" sobre as condições sócio-culturais da região. Representar o povo também reflete, segundo os depoimentos, amor, carinho, identificação, fisionomia regional e oposição ao embuste e ao elitismo da TV Paraíba. Contudo, o discurso "popular" articulava elementos conceituais de um discurso político fundado nas antigas oligarquias e no paternalismo (BARROSO, 1996, p. 285). O risco, nesse sentido, é, como já comentamos, o exagero nos afetos e a própria visão do Eu como Outro.

Um dos formatos difundidos na televisão regional, sobretudo no Nordeste, são programas popularescos, com temáticas humoristas, policiais e de notícias cotidianas dos bairros periféricos, os quais refletem a busca de uma imagem de emissoras defensora das tradições locais, da "alma da terra". Um exemplo pioneiro é a mudança estratégica da TV Borborema de Campina Grande/PB, inicialmente afiliada à Rede Globo. Em crise, a emissora deixa de ter o monopólio de audiência na Região, frente ao surgimento da TV Paraíba, que, imbuída de um ideal modernizante, passa a retransmitir a TV Globo (BARROSO, 1996).

Assim, o discurso predominante da TV Borborema de Campina Grande era fundado no lema "TV da Terra" e sustentado nos programas locais A *hora do povo na TV* e *Debates na TV*. Eles buscavam a distinção da emissora como "televisão popular" no espaço da mídia eletrônica local. Barroso discute no seu trabalho que tipo de popular é esse defendido pela emissora. Segundo ele, o popular nos meios de comunicação de massa refere-se ao acesso das camadas de baixa renda e marginalizadas geralmente representadas de forma estereotipada e não com base nas características políticas de reivindicação de cidadania.

O "popular" a que se refere a TV Borborema é ainda orientado pela "fisionomia sócio-cultural da região e da maioria da população", um retrato de pobreza e carência que correspondia às condições de vida do povo de Campina Grande. A emissora podia, portanto, mostrar o problema do bairro, o cotidiano conhecido pelas pessoas por meio de "programas populares".

O Programa *O Povo na TV* tem versões espalhadas pelo Brasil, especialmente na Região Nordeste: em comum têm produção simples, feito à base do improviso e da espontaneidade. Depoimentos dos seus produtores tentam justificar esse formato como estratégias de caracterização do programa para ser socialmente reconhecido como espaço televisivo popular: “Tem gente que reclama do cenário, das câmeras, da qualidade técnica do programa. Mas isso não influi porque o povo não está preocupado com a qualidade técnica do programa” (BARROSO, 1996).

Entre as consequências de um programa ao vivo e com tamanha abertura à participação popular por telefone, sem planejamento, eram erros frequentes, agressões do público, por telefone, aos próprios apresentadores, colocando em xeque a “verdade” propagada pela emissora sobre as preferências do povo que a emissora considerava.

Por outro lado, os movimentos sociais tinham um espaço de voz. A participação de sindicatos indicava o povo como “grupo social orientado para o exercício da cidadania”. Cruzado com a estratégia da TV orientada para as “tradições da terra”, a presença de artistas locais, reitera a emissora como portadora das tradições locais. O programa tinha a intenção de tornar a televisão extensão da casa.

Já o programa *Debate na TV*, apesar de também priorizar denúncias e apelos populares, tinha uma produção mais cuidadosa e um formato misto de entrevistas, debates e reportagens externas. Contudo, o apresentador era ligado à política local e com isso buscava credibilidade da sua imagem pública. Assim, os embates politizados eram transformados em discussões eloquentes, mas dentro dos interesses dos seus produtores. Estes programas são o que Bourdieu considera como “*fast-thinkers*”, debates pré-digeridos, pré-pensados. “Debates verdadeiramente falsos ou falsamente verdadeiros”, em que correligionários, “comparsas”, representam posições opostas no estúdio de TV e saem para almoçar juntos depois. “Nem todos os que se servem da palavra são iguais no estúdio” (BOURDIEU, 1997, p. 46).

Outro depoimento de um líder comunitário ressalta o envolvimento político do programa *Debate na TV* e o interesse do grupo televisivo, mas ao mesmo tempo a satisfação do espaço aberto à comunidade: “Não sei que interesse é esse. Mas, sem

sombra de dúvida, a participação popular faz com que esse interesse maior da empresa fique oculto" (BARROSO, 1996, p. 87).

Os exemplos citados mostram que a TV regional busca estratégias legitimadoras de sua imagem diante de seus públicos. Quer fomentando debates superficiais ou abrindo pequenos espaços à participação local (como por telefone ou entrevistas do tipo "fala povo"), quer realizando eventos para a comunidade (como campeonatos esportivos ou debates públicos) e ainda mostrando apresentadores e conteúdos que têm a "cara da terra", as emissoras locais sabem que precisam conquistar audiência.

O que tornará, portanto, os cenários regionais de televisão um diferencial será sua capacidade de articular os conteúdos e as trocas simbólicas realizadas pelas comunidades no seu dia a dia, e que nem sempre são observadas tendo em vista que a espetacularização tem sido guia da produção audiovisual na televisão.

Também os produtos jornalísticos são componentes da espetacularização da vida pela televisão. O exemplo mais enfático são os programas policiais que buscam uma forma afetiva de aproximação com o público de modo a propiciar a sensação de exercerem a função de portadores da "ordem e da paz", à medida que defendem o interesse de uma comunidade desvalida e ameaçada pela violência e pela miséria (ERBOLATO, 1990).

Essas são apenas algumas das contradições e dificuldades de se manter a diversidade audiovisual no Brasil. Em se tratando de redes nacionais da televisão aberta, o fato se agrava. Todavia é constante também na atual programação local da TV por assinatura[28].

Peculiarmente, no Distrito Federal a produção local ganha mais destaque por meio da presença de canais independentes das redes nacionais ou cuja afiliação é mantida como forma de complementação da própria programação. Além de fornecer

[28] Uma das notícias mais festejadas no Estado do Mato Grosso foi a oferta do canal TV Pixé, em Cuiabá, na grade da operadora Multicabo. O canal gerido pela Fundação Educacional de Cuiabá, também gestora da Universidade Popular Comunitária (UPC), foi inaugurado em 2003 vinculado à Secretaria Municipal da Educação. A TV Pixé pretendia escoar a produção dos alunos da UPC e chegou a produzir a primeira mini-série televisiva da região centro-oeste, intitulada "Caminhos". A mini-série estreou no segundo semestre de 2004 e no semestre seguinte a prefeitura de Cuiabá fechou o canal por falta de verbas para a sua manutenção. Segundo declaração do prefeito Wilson Santos ao portal IGNEWS (2005), "a TV Pixé não tem audiência, não se sustenta e gasta R$ 480 mil por ano. A UPC nós vamos fechar porque o ensino superior não é nossa obrigação" (CASTRO, 2006, p. 211).

conteúdo jornalístico para as cabeças-de-rede de natureza política, essas emissoras oferecem maior quantidade de programação local de entretenimento na região Centro Oeste. Entretanto, uma análise cuidadosa de cada programação destas emissoras seria necessária para verificar o caráter de seus programas locais, sobretudo porque a propriedade de muitos canais pertence a grupos políticos.

Outro diferencial de produção que se pode destacar é o desenvolvido pela Rede RBS, no Rio Grande do Sul, com relação à dramaturgia. Desde o ano 2000, programas para jovens e séries teledramáticas trabalham a história e o imaginário gaúcho, desde uma concepção tradicional e folclórica até temas cotidianos. Segundo Daniela Hinerasky (2005), a emissora buscou um formato de teledramaturgia específico para estabelecer nexos identitários com o contexto sócio-cultural e histórico que representasse o Rio Grande do Sul e os gaúchos. Tendência esta que tem um antecedente, pois o Estado já é destaque na produção cinematográfica no Brasil, o que pode ter possibilitado a formação de um núcleo de dramaturgia forte no Estado.

Atualmente, paralelo aos programas produzidos pelas emissoras regionais, algumas experiências de colaboração intercanais já podem ser observadas na rede pública de forma mais efetiva, mas também nas grandes redes comerciais. Na rede pública de televisão (desde dezembro de 2008 a nova TV Brasil está consolidando sua articulação com as emissoras públicas, como veremos adiante), a grade de programação do canal já contempla desde seu surgimento, em 1988, a exibição em rede nacional de programas produzidos pelas emissoras públicas locais em todo Brasil. A programação nacional da TV Brasil tem ampliado a participação de várias emissoras regionais. Antes de sua criação, a maior parte da programação do canal público era produzida pela TVE do Rio de Janeiro (FROTA NETO, 1993, p. 74). Dentre as emissoras públicas com programas exibidos pela TV Brasil, pode-se destacar TV Cultura de São Paulo, Rede Minas, TVE da Bahia e TVE de Pernambuco. Além disso, programas como *Espelho Brasil*, da TV Brasil, e projetos como o *DOC TV* possibilitam que as produções locais, as histórias, demandas e culturas regionais, formem um quadro mais plural na televisão nacional.

E é a TV Brasil que vai lançar o primeiro programa jornalístico com características de fato integradoras, o *Repórter Brasil*. Com estréia em 03 de dezembro de 2007, representa uma mudança na concepção regional na área do

jornalismo que anuncia uma diferença, pelo menos potencial, dos modelos acima destacados. O noticiário, com uma hora de duração, é ancorado em Brasília, no Rio Janeiro e em São Paulo, é o primeiro produto jornalístico da TV Brasil, emissora pública criada a partir da fusão da TV Nacional, TV Educativa do Rio de Janeiro e TV Educativa do Maranhão. O programa prevê, ainda, âncoras nas regiões Norte e Nordeste do país. O modelo tem precedente, citamos os telejornais de redes regionais comerciais como A Rede Massa (SBT-Paraná) e a Rede Amazônica (Globo – Região Norte), que mantêm uma edição de telejornal integrada em várias praças.

Apesar de manifestar a centralidade das rotinas produtivas e de manter o formato contemporâneo brasileiro de telejornalismo de uma maneira geral (tempo das matérias, linguagem coloquial, hierarquização das notícias), o telejornal inova na forma de apresentação dos conteúdos[29]. Um exemplo é o quadro *Outro Olhar* em que são divulgados vídeos informativos, como reportagens, entrevistas ou imagens, que mostram as realidades locais, enviados pela própria população à emissora.

A Rede Record, nos últimos anos, também vem investindo não apenas na abrangência do sinal, como também na dinamização da relação com suas afiliadas. A rede mantém quadros de reportagem espalhados pelo Brasil, ainda que a maior parte dos quadros seja de assuntos pitorescos ou até excêntricos das regiões fora do eixo Rio-São Paulo (Quadro *Achei no Brasil*, da revista eletrônica *Domingo Espetacular,* da Rede Record).

A TV Globo, por sua vez, vem dinamizando a relação nacional/regional especialmente na área do jornalismo, por meio do investimento em equipes mais especializadas nas emissoras locais. Reportagens de vários estados são veiculadas nos telejornais nacionais atendendo a qualidade prezada pela emissora (geralmente formando um repórter de rede). O Globo Repórter vem experimentando a co-produção de programas com suas afiliadas, dentre as quais se destaca a RBS. Um programa sobre qualidade de vida, por exemplo, pode ser produzido em vários estados e apenas editados na central de jornalismo da TV Globo. Outras

[29]No dia 26 de maio de 2008, por exemplo, as pautas foram praticamente as mesmas no Jornal Nacional (Rede Globo) e no Repórter Brasil, inclusive o destaque dado à despedida profissional do tenista Gustavo Kearten e o reforço do mito, do herói “sócio-esportivo”. O discurso chegou a afirmar que, em sua última partida, o adversário sabia que ia ganhar, mas a verdadeira vitória seria o reconhecimento do desportista brasileiro.

reportagens e programas especiais produzidos por afiliadas da Globo, como a rede EPTV, do interior de São Paulo, muitas vezes ganham espaço para veiculação nacional na programação da rede.

O investimento na distribuição de produtos locais pelas redes vem ocorrendo, portanto, de várias maneiras: por meio da exibição de matérias e reportagens produzidas na íntegra ou editadas pela equipe da Rede Globo (telejornais nacionais e revistas eletrônica), co-produção/parcerias em reportagens especiais (programas jornalísticos especiais), programas especiais produzidos por afiliadas, programas regionais distribuídos nacionalmente (*Terra da gente* - EPTV/Rede Globo; *Vrum* - TV Alterosa/SBT).

Um exemplo interessante de possibilidades de dinamização entre as televisões regionais parceiras de uma mesma rede é o programa *Terra da Gente*. Com estréia em 21 de junho de 1997, na EPTV, o programa foi inicialmente comercializado para outras emissoras da Globo em São Paulo e depois para outros Estados. Bazi fala de um público de 29 milhões de pessoas com acesso ao programa em 2001.

O programa *Terra da Gente* nasceu regional, entretanto, deixando de lado o otimismo do autor, é preciso discutir se o fato de tornar-se nacional - ou em parte uma vez que ele é veiculado geralmente em emissoras do interior que manifestam os mesmos interesses pelas temáticas do programa - mudam as concepções de programa de regional propostas na sua origem, inicialmente em virtude dos lucros e da projeção da imagem da emissora com a distribuição do programa. É um tema a se estudar e que vai de encontro a conceitos mais amplos de regionalização da TV, como os definidos por Simões (2004), trabalhados nesta pesquisa.

Um debate final fica em torno dos sotaques e das “cores” nos telejornais das redes públicas e comerciais. A hegemonia e o monopólio em torno do Eixo Rio-São Paulo aliado à pressão do padrão Globo e de projetos de operacionalização das emissoras afiliadas, primeiro da rede Globo e agora da rede Record, provocou a homogeneização dos formatos, linguagens e sotaques do jornalismo.

Embora muitos profissionais e produtores da televisão afirmem que os profissionais de jornalismo não precisam ter “a cara da região”, e que o mais importante é o perfil profissional, apenas de forma lenta verifica-se a presença de

repórteres e apresentadores negros ou com sotaque nordestino, por exemplo, presentes nos quadros da televisão brasileira, sem traços exagerados, mas também sem perder uma identidade que mostre a pluralidade cultural, histórica e linguística do Brasil.

Graça Barbosa Santos, produtora do *Programa Carrossel da Saudade*[30] da TV Cultura do Amazonas, argumenta que um programa regional deve ter as características culturais da região. Seu depoimento mostra que a relação de proximidade da televisão com as audiências contribui para o desenvolvimento de projetos mais comprometidos com o desenvolvimento local e com a satisfação dos profissionais envolvidos:

> É muito confortante sentir o valor social de um programa que começou tão despretensioso; caiu no gosto do povo de Manaus, que se apropriou do programa a ponto de não permitir a sua retirada da programação. E isso é a prova de que o nosso trabalho cumpre com a responsabilidade que cada comunicador deve ter com a sociedade (GRAÇA BARBOSA SANTOS. Depoimento concedido para esta pesquisadora em 25 de junho de 2008).

A discussão ora fomentada é um pontapé para se pensar na construção de um quadro de diversidade na televisão aberta no Brasil. São questões que mostram que a regionalização na televisão não é preocupação única da academia e dos movimentos sociais, e não tem passado despercebida pelas redes abertas de televisão.

[30] O programa Carrossel da Saudade tem o objetivo de mostrar os valores culturais locais através de músicas românticas antigas, de seus intérpretes e compositores e é exibido semanalmente, desde 1979.

4. DESENHO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Segundo Morin (1999), a busca da verdade está doravante ligada à investigação sobre a possibilidade da verdade. Carrega, portanto, a necessidade de interrogar a natureza do conhecimento para examinar a sua validade. É mister, portanto, que por meio da exploração e da pesquisa encontremos respostas que podem ser mais ou menos duradouras para as dúvidas e questões do nosso tempo.

Interrogamos neste trabalho os contextos socioculturais em que a televisão está inserida, como os programas se constituem produto sociocultural e como os programas da televisão regional funcionam como elemento constitutivo de mediação, negociação e pertencimento das culturas regionais e das pessoas no seu cotidiano. Mais do que outra instituição social, a televisão trabalha com códigos audiovisuais e com uma forma estética que evidenciam os diálogos insurgentes da cultura como um momento de reconstrução do presente.

A televisão, ao se aproximar dos "locais de cultura", muda a maneira de ver o outro e a nós mesmos. E este processo não pode ser simplificado como perversão do efeito tecnológico e mercantilista da vida moderna, pois os meios de comunicação, as dinâmicas e mediações promovidas pela televisão não são exteriores ao processo cultural. "A comunicação é a dimensão constitutiva das culturas, grandes ou pequenas, hegemônicas ou subalternas" (BARBERO, 1993, p. 21).

A regionalização da televisão no Brasil constitui-se, há alguns anos, objeto de estudo de alguns pesquisadores na área da comunicação. Tais pesquisas têm se preocupado com o aspecto político econômico no processo de diversificação do setor audiovisual no país, com as políticas públicas para a democratização e pluralidade de informação, com o futuro da televisão aberta, ou com o conceito de mídia regional e as formas de produção das emissoras[31].

Esse debate tem amplo espectro de abordagens. Optamos por trabalhar em torno da inserção dos programas da televisão aberta nas relações sociais cotidianas

[31] Cf.: BOLAÑO, 1988, 2003; RAMOS e SANTOS, 2007; CAPPARELLI e LIMA, 2004; PERUZZO, 2003; BAZI, 2001; MATTOS, 1997.

e do seu papel como fonte de disseminação de valores plurais e da diversidade cultural. Um “entre-lugar”, no dizer de Homi Bhabha (1998, p. 20), onde os signos identitários encontram-se, entrelaçam-se e contestam-se numa constante recriação do presente. Assistir televisão é um processo ativo em que os sujeitos se encontram, se alteram, se constituem e recuperam a subjetividade.

Um só enfoque analítico não pode “dar conta” da multifacetada estrutura relacionada à televisão. Cuidamos, portanto, de perceber as instâncias que fazem parte da televisão como um campo social e nesse sentido: saber que a televisão é um aparato, que consiste de investidores, corporações midiáticas, produtores, diretores, escritores/roteiristas etc. que pensam a TV de acordo com seus códigos e sob o balanço da economia. A televisão é polissêmica, mas nunca livre, pois está subordinada aos códigos culturais e políticos da suas sociedades. É a ordem cultural dominante, pois não mostra, nem significa tudo (BUTLER, 2002).

Nesse sentido, a metodologia crítica com enfoque nos códigos da televisão contempla a heterogeneidade refletida nos programas. O próprio termo “audiências”[32], no plural, reconhece estas diferenças, pois os sistemas sociais são atravessados por eixos de classes, gêneros, raça, idade, nacionalidade, religião, política, região entre tantos outros, eixos munidos de linguagem intencional. Além disso, são fatores envoltos em relações de poder localizadas o que dimensiona enfoques e leituras ainda mais diferenciados.

Ainda nesse contexto insurgem as temáticas globais; é difícil pensar em comunidades isoladas nos dias atuais quando a televisão brasileira chega a quase a totalidade de municípios e por ela são divulgados informações e acontecimentos de toda parte do mundo, as quais entram forçosamente nos debates dos lugarejos mais distantes da mesma forma que nos grandes centros urbanos.

A *atualidade* trazida, sobretudo, pelos programas de televisão, obviamente, não constitui a mesma referência para as pequenas cidades interioranas e para os grandes centros urbanos, de forma que é imprescindível levarmos em conta essas distintas demandas comunitárias/localizadas ao colocarmos a televisão regional neste debate científico, onde se podem problematizar as formas como os programas

[32] C.f. FISKE, 1997.

locais são produzidos e perceber de que maneira se articulam o local e o nacional na grade de programação de uma emissora regional.

A televisão regional tem ainda um profundo caráter político tendo em vista sua penetração local direta implicando relações sociais, políticas e econômicas tensionadas pelo caráter da proximidade. Um dos pontos iniciais de análise desse eixo foi à discussão em torno do conceito de televisão regional, dos contextos e históricos das emissoras regionais, por meio da atualização do estado da arte sobre a regionalização da televisão e das opiniões dos pesquisadores e produtores na área da televisão regional.

Por meio da análise do conteúdo televisual de alguns desses programas locais estudados na presente pesquisa pretendeu-se identificar as relações que se estabelecem entre a televisão regional, sua linguagem, seus códigos audiovisuais e os contextos identitários e culturais da sociedade brasileira.

Em suma, a abordagem metodológica quantiqualitativa, sob o viés dos estudos culturais da comunicação na linha da análise crítica da televisão, com base no seu conteúdo e nos seus códigos, permitiu perceber de que forma se moldam tais relações e se configuram os conteúdos regionais, se por abordagem dos temas e/ou ainda pela presença da experimentação de novas linguagens e formatos.

Os dados empíricos, contudo, sofrem um processo de interpretação e explicação, sob o viés qualitativo, em que a gramática do discurso televisivo constitui uma mensagem complexa, situada que está nos campos televisivo e social: A imagem, o texto e o som dialogam com símbolos historicamente construídos nas sociedades compondo um conjunto significativo de informações e representações negociadas de alguma maneira pelas audiências.

4.1 *Corpus* e Etapas de Análise

A base de dados para o levantamento das informações da pesquisa centra-se sobre a programação da televisão aberta, por ser ela a mais assistida pela maioria dos brasileiros, inclusive quando assistem a TV paga. Consideramos televisão

aberta o conjunto de canais de comunicação social eletrônica transmitido pelo sinal VHF, e que conformam redes de televisão. O sistema de redes de televisão é caracterizado pela transmissão contínua, integral e permanente da programação das emissoras de televisão geradoras de sons e imagens – a cabeça de rede, a estações próprias, afiliadas e repetidoras (BAYMA, 2001, p.151).

Trabalhou-se com a programação das emissoras comerciais próprias das redes Globo, SBT e Record localizadas fora do Estado da cabeça-de-rede e com as afiliadas geradoras de programas locais. A fim de evidenciar as realidades destes programas, trabalhou-se também com emissoras regionais associadas à TV Brasil ou TV Cultura, tendo em vista que estas duas redes de televisão buscam um sistema diferenciado do comercial, por meio de parcerias para a transmissão de uma base de programação com objetivos culturais e educativos. Mais informações sobre as estas emissoras estão descritas adiante, em capítulo específico.

Outros sistemas de transmissão de TV, como os canais por assinatura ou mesmo canais abertos regionais, desenvolvem programas localizados. Entretanto, eles não são objetos desta pesquisa que orientou seu olhar sobre as redes de televisão aberta. Outra observação gira em torno das mudanças que estão por vir com a televisão digital as quais não fazem parte do nosso objeto de pesquisa. Justificamos nosso viés por perceber que as mudanças não afetarão de maneira substancial em curto e médio prazo a presença efetiva da televisão aberta e de sua programação, por meio das grandes redes que configuram o modelo dominante de televisão no Brasil na atualidade.

Este estudo compreende, portanto, a televisão regional por meio de dois recortes epistemológicos integrados por um *corpus* que contempla características e atributos do objeto de estudo e, a partir daí, a análise de casos específicos: “um pluralismo metodológico se origina como uma necessidade metodológica” (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2002, p. 18).

O primeiro momento da investigação, de base quantiqualitativa, realiza um levantamento sistemático da amostra, referência para a compreensão da realidade trabalhada.

O *corpus* foi construído por meio de um mapeamento dos programas locais das emissoras procurando evidenciar o percurso de leitura das informações.

Referimo-nos aqui ao panorama da programação de TV local de uma maneira geral, programas produzidos localmente, seu recorte em regiões e tipo de emissoras, temáticas trabalhadas nos programas, gêneros e formatos, variáveis as quais em maior ou menor grau se distanciam das linhas gerais que regem a programação das grandes redes nacionais no Brasil e das configurações destes programas como produtos sociais e culturais.

A abordagem quantiqualitativa se refere ao uso da frequência das variáveis com o objetivo de delinear as características e dimensões dos programas locais e traçar o perfil da programação de televisão aberta. A interpretação desse levantamento forneceu o caminho para se construir um novo *corpus* com programas selecionados e efetuar uma análise sociocultural específica dos processos audiovisuais. O programa de estatísticas para as Ciências Sociais, SPSS (*Statistics program for Social Sciences*), foi utilizado como banco de dados e auxiliar no tratamento frequencial e no cruzamento dos dados.

Uma análise geral e comparativa dos programas produzidos localmente pelas emissoras e a análise de algumas grades de programação compõem o primeiro momento da pesquisa e nos informou ainda se estes programas apresentam experimentação de novos formatos, temáticas, novos usos do horário e alterações no modelo de grade e programação. Ou seja: existe tendência de mudança dos rituais de audiência e dos códigos da televisão? Esses códigos sofreriam algum tipo de impacto com a presença de uma programação local?

O segundo momento de investigação refere-se à análise da materialidade audiovisual de alguns programas selecionados do *corpus* central. A pesquisa analisa programas selecionados de forma sistemática buscando identificar: que funções de integração existem entre culturas e processos identitários de comunidades locais e regionais? Que especificidades da linguagem e estética da televisão são reveladas? Neste momento, busca-se encontrar nos objetos de análise: a) os códigos audiovisuais mais característicos dos programas; b) Os elementos estéticos mais usuais; c) a forma como os programas interpelam o seu público e; d) o impacto do programa na grade da emissora.

As categorias analíticas e a definição dos dois processos de investigação serão detalhadas em tópicos específicos adiante.

4.2 Programação, Categorias, Gêneros e Formatos.

A programação é o principal componente da televisão constituindo-se como uma atividade essencial a qual se divide em três partes:

> Como estrutura mecânica do tempo do veículo, como separadora da informação objetiva do resto dos programas – a informação mobiliza o indivíduo como cidadão, enquanto o resto dos programas – ficção, esportes etc. - o solicita como espectador – e como organizadora de uma grade que estabeleça um fluxo de imagens capaz de modificar os códigos de quem esteja diante do receptor (HOINEFF, 2001, p. 57).

Entretanto, antes de chegarmos às análises dos dados encontrados, os conceitos de programação de televisão regional e local constituem ponto central da investigação ora proposta. Duas direções foram confrontadas:

a) um conceito de televisão regional que leva em conta sua materialidade como localização, alcance e estrutura.

b) uma definição que leva em conta sua formalidade, o tipo de programação e de conteúdos bem como sua relação com os interesses locais. Tomaremos como base para a definição das categorias analíticas a obra de José C. Aronchi de Souza, “Gêneros e formatos na televisão brasileira” (2004) ao tempo em que dialogaremos com os estudos culturais críticos da TV, sobretudo a linha de análise de conteúdos na televisão proposta por Fiske (1987).

4.2.1 Programação e Grade Horária

Consideramos como grade de programação ou grade horária semanal a distribuição dos programas em horários e dias da semana, no intervalo de uma semana. As grades de programação são construídas historicamente a partir dos estudos dos gêneros e das preferências das audiências e visa criar hábitos e rituais

de consumo da TV[33]. Nesse sentido, a proposta de programação tomada nesta tese está ligada a processos de fidelização, habitualização da audiência tendo em vista que uma programação reflete a caracterização identitária da própria televisão, da sua relação com seus públicos.

As grades não são estáticas e cada emissora, de tempos em tempos, experimentam de alguma forma mudanças nos horários, geralmente tendo como motivação à concorrência pela audiência. Entretanto, a disposição de determinados gêneros em determinados horários adotada no Brasil pouco mudou desde o surgimento da televisão (ARONCHI, 2004, p. 63).

A horizontalidade da grade de televisão aberta mostra a segmentação da programação e impõe mais rigidez na sua relação com as audiências. A TV por assinatura adota grades verticais e diagonais, em que programas são exibidos em diferentes horários e reprisados. Contudo, esse leque pode ser considerado móvel, no sentido que definem, em maior ou menor grau de automatização, como diz Orozco Gómez (2001, p. 30), um mínimo de escolhas, de eleição por parte das audiências.

Tratamos o termo programação diferenciado de grade de programação ao nos referirmos à totalidade dos programas exibidos por uma emissora de televisão ou a perfil de conteúdos da emissora. Inserida no mercado, a televisão busca funcionalidade e economia na distribuição dos programas, fator este que incide diretamente na qualidade dos conteúdos exibidos, sobretudo quando se acrescentam os custos de produção dos mesmos. Contudo, analisamos os programas pela forma como eles são apresentados às suas audiências, ainda que não desprezemos a discussão político-econômica que incide inevitavelmente qualquer análise dos meios de comunicação.

As grades de programação, sobretudo quando se analisa a forma divulgada, como nos guias dos jornais impressos, como bem estudou Suzana Kilpp (2003),

---

[33] O campo da comunicação, no sentido proposto por Pierre Bourdieu, é engendrado por um complexo de tensões. A programação reflete algumas dessas tensões tendo em vista que a nomeação de programas e sua localização na grade evidentemente não é aleatória. A grade expõe hierarquias que mostram o tipo de audiência para cada horário, revelam um tipo de ritual em ligar/ver televisão, ao passo que ritualiza os próprios acontecimentos que ao serem assistidos podem assim ser interpretados. Nomear mobiliza signos que servem para representar realidade. Nesse sentido, segundo Bourdieu, a grade guarda um sistema de ideologias profissionais e uso da linguagem televisiva que tem como fim último conquistar mais audiências (BOURDIEU, 1997: 26-27).

diferenciam-se da sua observação no fluxo televisivo durante a assistência, pois lançam a atenção do leitor ao programa em si, este ganha notoriedade em detrimento a outras circunstâncias que o compõem, quais sejam: tipo/perfil de programa, conteúdos, horário de exibição etc. O que difere é o chamado efeito *zapping*, quando encontrado em uma multiplicidade de canais distintos, em que a experiência da expectação televisiva é uma "experiência de fluxo", que constitui uma audiência indiscriminada.

4.2.2 Programa Local

Segundo Arlindo Machado, programa de televisão é "qualquer série sintagmática que possa ser tomada como uma singularidade distintiva, com relação às outras séries sintagmáticas da televisão". É um conceito que não exclui a possibilidade de observarmos um programa de maneira menos estática[34], porém, os programas ainda são concebidos de forma distintiva dentro da televisão regional. E essa distinção é particularmente prática para os objetivos deste trabalho: perceber como os programas regionais de televisão compõem o circuito cultural de um território e remetem uma localização, como eles trabalham a relação com o público local, que estratégias estão presentes nestes programas que identificam seu lugar.

Eis nosso conceito, portanto, de programa regional, o qual está mais amplamente discutido no capítulo 3: aquele produzido no Estado da federação, exibido em uma única emissora de televisão, e produzido por ela ou por produtores locais independentes.

Nesse momento, como apontamos em capítulo específico, queremos descobrir, a partir das análises das experiências das emissoras locais e dos conteúdos e contextos de determinados programas, se a experiência local da televisão aberta pode indicar novos parâmetros no estudo da televisão, com base no seu conteúdo e na sua inserção no mundo da vida.

---

[34] Consideramos a programação como um todo, um *fluxo televisual*, cuja dinamicidade não permite limites entre um segmento e outro (MACHADO, 28).

Para tal fim, a tipologia de classificação desses programas será outro ponto de construção da análise. Os gêneros advindos da literatura ou cinema apenas configuram uma das abordagens para a televisão, que tem desenvolvido formas próprias e complexas de produção. Uma observação histórica das programações de TV faz ver que, cada vez mais, os produtos televisivos se diversificam e hibridizam-se. Transitam entre real e ficção, materialidade e virtualidade, factual, opinativo, instantâneo, performático, enfim. Diversos elementos e percursos materializam-se nestes produtos constituindo os gêneros televisivos os quais, mais que uma "receita de fabricação", é uma indicação de um caminho seguro a seguir (DUARTE, 2006, p. 20).

Torna-se interessante demarcarmos, portanto, esses programas. A primeira implicação nesse percurso é o fato de que cada vez mais os textos televisivos estão híbridos e, de fato, dizer que um programa é informativo ou é de entretenimento não elucida muito de suas características. Da mesma forma, referir-se a seu formato também não diz a que públicos ou objetivos um programa se dirige. Um estudo das características combinadas dessa tipologia, portanto, é um caminho para iniciar uma compreensão dos programas a partir do seu gênero. Categorias de classificação da programação televisiva são, portanto, formas de classificação da televisão mais abrangente, modelo principal de uma programação ou do objetivo principal de um gênero.

Para fins deste estudo, buscamos no trabalho desenvolvido por José Carlos Aronchi (2004) um guia de classificação dos programas de televisão, cujos gêneros, formatos e categorias serão variáveis importantes no sentido de situar o perfil da programação regional de televisão. O enfoque dado por Aronchi será útil no sentido de propiciar uma melhor organização dos dados recolhidos, pois que estabelece uma apresentação e vinculação das formas classificatórias dos programas de televisão[35].

[35] O espelho da distribuição dos dados no SPSS encontra-se no **apêndice** deste trabalho.

4.3 Categorias de Classificação Geral de Programas de Televisão:

- Entretenimento: consideramos os programas cujo maior interesse da emissora é entreter e ocupar o tempo livre das audiências que pode ser moldada pela "encantamento das imagens"(KLEIN, 2007), pela forma como a televisão articula o sensível e o imaginário e se insere na vida cotidiana.
- Informação – programas de cunho jornalístico cujo objetivo essencial é transmitir informações sobre questões da "atualidade", em que as imagens ganham patamar de realidade, de uma nova forma de presença nos acontecimentos, pautada pela visibilidade de si e do outro. E nesse sentido, é importante notar a ambiguidade revelada no momento em que a televisão constrói situações nas quais as audiências podem testemunhar um evento, ainda que, segundo Yvana Fechine (2007, p. 189), "menos pelo que deseja *saber*, e mais pelo que almeja *sentir*".
- Educação – visam a complementaridade da educação formal e a transmissão de conhecimento diversos técnicos, profissionais ou para a vida. Representam o projeto ideal de levar a educação a todos os lugares pela onipresença televisiva e aos princípios de formação e enriquecimento dos horizontes das pessoas pelos conhecimentos do mundo por meio da cidadania e socialização proporcionadas pela televisão (FROTA NETO, 1993).
- Publicidade – visam a publicização e/ou venda de produtos, serviços e ideias. Os novos contornos das imagens na vida contemporânea apontam para as potencialidades de visibilidade e com ela novos elementos do desejo e de formas de presentificação e de experiências (KLEIN, 2007).

As três categorias seguintes são especificadas como "outros". Entretanto, optamos por distingui-las como categorias que abrangem um conteúdo específico:

- Religioso – buscam a disseminação de valores religiosos, éticos e morais vinculados a grupos ou igrejas. As “igrejas eletrônicas” descortinam novas formas de uso da televisão.
- Eventos – transmissão de grandes eventos sejam estes esportivos, musicais, comerciais. Geralmente ao vivo, proporcionam aparente experiência e participação nos fatos pelas audiências, que podem se perceber testemunhas dos acontecimentos. As noções de instantaneidade e onipresença possibilitam essa aparência de imersão nos fatos: “a instância da imagem ao vivo pode ser entendida como a instância que funda o telespaço público” (BUCCI, 2007, p.3).
- Especial – para esta pesquisa, refere-se a programas realizados esporadicamente geralmente como formatos de campanhas ou shows como forma de agregar valor à imagem da emissora e aproximá-la das comunidades. Cada vez mais a televisão fala de si própria e constrói a realidade a partir de seus produtos ficcionais (GOMES, 2005).

Não podemos mais organizar os gêneros televisivos, ou mesmo audiovisuais, em ficcionais ou não ficcionais. Aronchi (2004) propõe a organização dos programas em categorias e gêneros sob o ponto de vista das emissoras como um fio condutor para o estabelecimento de uma padronização que contemple as qualidades dos programas. Nesse sentido, para a televisão, os dois princípios gerais que regem a classificação dos programas em gêneros são “entreter” e “informar”, ao mesmo tempo. Categorias de programas, nessa perspectiva, dizem respeito aos principais objetivos de um programa e não ao seu formato e direcionamento.

Os gêneros vão compor um segundo quadro de especificação da programação tomada para análise. Arlindo Machado define o conceito de gênero audiovisual como:

> Uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras (MACHADO, 2005, p. 68).

Nesse sentido, o gênero define não apenas se um programa é para divertir ou para educar ou informar, define características carregadas de sentidos e representações. A partir da perspectiva da comunicabilidade, portanto, a metodologia de classificação dos programas em gêneros tem caráter histórico e cultural, é uma relação social de reconhecimento.

Segundo Butler (2002), há muito ainda que percorrer nos estudos de gêneros televisivos para torná-los um método de interpretação televisiva mais útil. A compreensão de gênero ainda não é consensual e os estudos que lhe tomam como método único de interpretação devem estar atentos para essas fragilidades metodológicas.

Na composição do quadro estrutural, Aronchi buscou primeiro a assistência aos programas para depois listar os gêneros da televisão brasileira de acordo com características temáticas de gênero, estrutura narrativa e/ou estilos técnicos.

Algumas definições gerais de gênero são presumidas: nas respostas das audiências (o programa faz refletir, informar, rir etc); pelo estilo, técnicas de som e imagem; ou pelo sujeito da questão, pelos temas abordados - estrutura narrativa e temática do programa. Mas, de acordo com Butler, estas categorias não são isoladas. Muitos gêneros, entretanto, são impuros, ou seja, atendem a mais de uma função.

Outro aspecto do gênero é a sua aproximação com as dimensões da teoria das representações sociais. Programas novos de um gênero são lançados com características familiares dos interesses da audiência, mas mantém os mesmos parâmetros, dentro do processo de ancoragem da teoria das representações. Ou seja, novos gêneros são ancorados em elementos familiares ou atuais a fim de não causar choque pelo ineditismo. Os gêneros também sofrem um período de auto-reflexão em que procuram formas de renovar seus elementos e, assim, continuar atualizados.

Arlindo Machado (2005) cita, em seu livro "*A televisão levada a sério*", a analogia entre gênero e gene, em comum ambos teriam a função replicante, transmissora de informações para a sobrevivência das espécies. Achamos importante trazer aqui este debate tendo em vista que um determinado gênero televisivo muitas vezes tende a imprimir uma identidade, não só à própria emissora

de televisão, mas aos seus protagonistas, apresentadores, atores e a determinados horários.

A relevância deste tema para o estudo sobre televisão local, a nosso ver, dá-se pelo fato de a regionalidade pressupor uma identidade localizada, uma gama de recursos expressivos que indicam ao telespectador a origem e o compromisso da sua televisão.

A difícil tarefa de classificar um programa esbarra tanto na diversidade de classificações dependendo do pesquisador, do produtor e do próprio público receptor. Programas de entrevistas, *talk shows*, as revistas eletrônicas, por exemplo, não definiram sua gramática de forma que sejam compreendidos como de um determinado gênero (KILLP, 2003). Como classificar, por exemplo, um filme de *kung fu* e um musical dentro da grade da televisão?

Dada a generalidade de certos termos e a hibridização cada vez mais usual dos produtos televisuais, como a classificação dual entretenimento-informação, e também para diferenciar melhor os programas (podemos classificar dois programas distintos, um de cunho jornalístico e um de entretenimento, por exemplo, pelo mesmo formato: *revista*) optamos por uma classificação prática e funcional a fim de permitir um melhor cruzamento entre os dados empíricos colhidos. O modelo de análise apresentado por José Carlos Aronchi (2004), serviu de base para a composição das categorias de análise e variáveis dispostas no banco de dados entretanto, não engessamos a vinculação de determinados formatos e gêneros e estes por sua vez a categorias, como o faz Aronchi. Foi possível, assim, encontrar nesta pesquisa um programa informativo classificado como de gênero *talk show* ou *revista eletrônica*.

Cabe frisar que as emissoras de TV classificam o gênero de seus programas de maneira diversa. Para esta pesquisa, desconsideramos algumas dessas classificações tendo em vista que muitas delas se configuram como temáticas e não gênero no sentido já exposto, a exemplo dos “gêneros” *rural* ou *turismo,* com os quais algumas emissoras se referem a seus programas.

A seguir, apresentamos os principais gêneros utilizados na classificação dos programas locais de televisão tomando como base a relação descrita por Aronchi

(2004). Em alguns programas utilizamos subgêneros tendo em vista as peculiaridades dos mesmos:

- Gêneros de Entretenimento

  - Programa de Auditório – Promove ídolos e aproximam o público da realidade da produção em televisão. Prendem a atenção do espectador tendo em vista a variedade das atrações e geralmente estão ligados a um nome (*show man*/*show woman*). O formato é determinado pelo espaço palco/platéia onde ocorre a sucessão dos quadros comportando vários formatos. É em geral denominado de programas de variedades.
  - Colunismo Social – Em geral usam o formato *talk show*, formato caracterizado por conversas e proeminência do apresentador, em que este passeia por festas e eventos. O formato entrevista é por vezes utilizado em algumas emissoras. Aronchi reserva, portanto, esse segundo modelo, para a categoria informação por força do formato, que em geral obedece aos interesses do patrocinador.
  - Culinário – Exemplo de gênero multifuncional dedicado à culinária e transformação de produtos alimentícios; pode aparecer isolado ou em outros gêneros cunhados no formato *talk show*, de entrevistas ou gravação externa quando o apresentador visita restaurantes ou cidades diversas mesclando culinária e culturas locais.
  - Desenhos – Baseados sobretudo no formato animação, atualmente tem mudado de linguagem, técnicas e conteúdo e atingido vários públicos (como o uso de linguagem do cinema ou enredo de *sitcom* - comédias em série que abordam situações cotidianas). Algumas emissoras conseguem boas audiências exibindo desenhos inclusive para públicos adultos, como *Os Simpsons*. Em geral, os desenhos são apresentados no formato série continuada, mas com episódios independentes, o que instiga os telespectadores a continuar assistindo.

A maioria dos desenhos atuais é composta por multiformatos, inclusive como “charges” animadas mescladas com dramaturgia.

- Docudrama – Programa de característica própria pois agrega o gênero documentário, o qual confere credibilidade ao ser referenciado a uma realidade, e a dramaturgia, geralmente relacionada ao entretenimento. Os formatos séries e noticiários, sobretudo vinculados a assuntos policiais, são mais usuais, mas têm sido usados para difundir conteúdos educativos ou mesmo religiosos.
- Esportivo – Os formatos informativos de telejornal, debates e mesa-redonda de muitos programas influenciam a classificação de programas esportivos como informação bem como o gosto popular geral do brasileiro por esportes. O formato também pode ser externo, transmissão ao vivo de eventos, os quais se adequam em geral à grade da emissora com direitos de transmissão.
- Filme – Alguns filmes são produzidos especialmente para serem exibidos na televisão e ganham características mais dinâmicas. O formato indicado pelas emissoras se conforma mais a estratégia da programação (filme, série, minissérie) do que o gênero no cinema. Por exemplo, os filmes americanos produzidos para a TV (enlatados) em geral atendem aos formatos seriados, teleproduções, docudrama e minisséries.
- *Game Show* (competição) – Programados especialmente para promover o interesse e manter o telespectador atento e co-participante de um jogo, está presente em praticamente todas as emissoras. Podem ser mais ou menos interativos com o espectador e apresentam formato variável, a depender da dinâmica do jogo e do *timing*, a reação da audiência.
- Humorístico – Gêneros populares no Brasil em geral apresentam sátiras e caricaturas que ridicularizam situações cotidianas. São programas variados com velhas fórmulas de personagens caricaturados, os temas d e piadas e *sitcoms* de humor mais refinado.

Os formatos são os mais diversos, desde auditório e esquetes a entrevistas.

- Infantil – Os programas infantis reúnem profissionais de diferentes áreas e são construídos por diversos formatos, sobretudo capítulos e seriados, encontramos ainda programas ao vivo e de auditório e *game shows*.
- Interativo – Programas que buscam a participação direta do telespectador. Muitas vezes essa interatividade é utilizada como suporte da narrativa em programas como em *reality show*s ou mesmo informativos em que se evidencia a participação do telespectador ao vivo, como *Você Decide*.
- Musical - Shows e entrevistas geralmente em formatos de shows com público, videoclipe, auditório, ou programas especiais, como festivais de música ou séries temáticas. Mesmo em programas gravados, a intenção é dar a impressão de um programa ao vivo como forma de valorização do artista/banda/grupo.
- Novela – Dramaturgia ou ficção mais popular no Brasil, cujo formato brasileiro ganhou destaque. O formato é geralmente em torno de 150 a 180 capítulos, diários, sequenciados, com duração média de 30 a 40 minutos. Buscam retratar as relações sociais cotidianas ou históricas e atingir vários públicos e faixas etárias.
- *Quiz Show* (perguntas e respostas) – Jogo cujo formato preferencial é o de auditório visando empolgar as audiências por meio do protagonismo entre apresentador e jogador/es.
- *Reality Show* (TV realidade) – Baseado no fetiche do voyeurismo, é desenvolvido por meio de pessoas normais vivendo situações controladas sendo vigiados por câmeras. O game show e o interativo são formatos característicos. As emissoras buscam a criatividade nos formatos para diferenciar programas do mesmo gênero.
- Revista – Por abarcar vários conteúdos e ter duração longa, o programa confunde o público em relação ao que esperar. Apesar

disso, o sucesso deve vir do equilíbrio entre entretenimento e informação e na disposição dinâmica dos quadros. Por isso, o gênero revista comporta vários formatos.

- Série (seriado) – Os Estados Unidos são os principais produtores de séries, geralmente de ficção. As séries prezam por episódios mais independentes, com começo, meio e fim. Mas podem ser séries informativas, como documentários históricos.
- Série brasileira – Ficção produzida em capítulos com duração média de 5 a 20 capítulos interligados. Podem ser adaptações literárias ou criações com estilo e linguagem próprias.
- *Sitcom* (comédias de situação) – Humor e dramaturgia apresenta situações cômicas ou costumes de pessoas comuns. Utiliza os formatos séries e/ou capítulos e esquetes (articulando neste caso uma linguagem mais teatral e literária).
- *Talk Show* – Caracterizado por uma conversa com ingredientes de casualidade e espontaneidade. São versões de entrevistas com humor e "intimidade emocional" em que acontece em geral em auditório para manter o clima de descontração. Permitem ainda quadros musicais e shows.
- Teledramaturgia (ficção) – Dramaturgia adaptada para a televisão em forma dublada, de episódio, esquete, seriado, *sitcom*, novela, minissérie etc.
- Variedades – Programas de generalidades que duram um longo período na programação. Geralmente tem formato de auditório e quadros diversos, incluindo o interativo e de reportagens.
- *Western* (faroeste) – O *western* começou como série de filmes que ganharam a condição de gênero pela marca que imprimiu a uma determinada época, nos Estados Unidos.

- Gêneros Informativos:

Na televisão, os programas documentais encontram um ambiente propício para se propagarem, tanto que muitos dos primeiros telejornais supriram os espaços noticiosos com audiovisuais do cinema de caráter documental. Com o surgimento do videoteipe, uma linguagem jornalística própria da televisão se desenvolve e marca mudanças tanto no gênero tele jornalístico quanto nos filmes documentários; este se torna mais ágil e influenciado pela busca da verdade sem interferências de seus realizadores (exemplo do "cinema direto" e do "cinema verdade"). Abaixo, os principais formatos informativos trabalhados atualmente na televisão.

- Debate – Os debates como gênero informativo são, em geral, produções de baixo custo e podem abarcar mais de um entrevistador e entrevistados e/ou comentaristas. Os formatos mais freqüentes são: mesa-redonda com vários interlocutores; um entrevistado e vários entrevistadores; debates com quadros de reportagens e interatividade imediata entre público e emissora.
- Documentário – O caráter documental, seja no cinema ou na televisão, exerce um fascínio proveniente do diálogo ficção/realidade. A linguagem documental é caracterizada pelo efeito de real, de fato uma ilusão referencial. Desde o início da sua definição como gênero, nos anos 1960, até obras atuais o documentário tem se diversificado e se associado a outros gêneros e formatos constituindo-se numa linguagem híbrida: é possível encontrar documentários no formato animação, com altas doses de ficção e emotividade, com maior ou menor influência da literatura etc. Com as novas tecnologias e a convergência tecnológica, a imagem digital tem dado outra dimensão ao documentário, bem como ao próprio cinema. Trata-se de uma mudança de narrativa do documentário, cada vez mais dinâmica, na medida em que dialoga com outros e assim se atualiza, quer para ser exibido nas salas de cinema ou na telinha, sem nunca, contudo, perder sua proximidade com o cotidiano e o real, ou seja, sem se desarticular da noção do "efeito janela" e a impressão de realidade (XAVIER, 2005, p. 17-19). O documentário tende a agregar credibilidade

às emissoras por meio do relato de fatos históricos, políticos, científicos, artísticos etc. Na televisão o formato possui uma duração maior que as reportagens com o objetivo de levar o máximo de informações sobre o tema.

- Entrevista – Gênero informativo cujo foco é o entrevistado e as pautas em geral abordam assuntos políticos e atualidades. Pode ter a direção para um assunto, para a vida e obra do entrevistado ou informações sobre temas diversos de interesse público. As entrevistas comportam ainda formatos ilustrativos como reportagens e depoimentos decorrer do programa.
- Telejornalismo – Gênero informativo de caráter jornalístico que abarca em muitas emissoras toda produção informativa. São transmitidos geralmente ao vivo e carregam as marcas da televisão, como atualidade e instantaneidade. O noticiário é o formato central do telejornalismo, que também se apresenta em forma de debates, entrevistas e documentários. O noticiário contempla ainda os formatos: nota, reportagem, entrevista, indicadores econômicos, editorial, comentário e crônica. O formato telejornal, como noticiário, também pode estar ligado a áreas de entretenimento. A fim de não confundir a função jornalística diferenciada no telejornal, optamos por classificar os programas não jornalísticos como formato de noticiário. Um tipo de telejornalismo já presente na televisão brasileira desde seu início e que trata do programa de TV popular como meio de acesso à esfera pública das camadas de baixa renda e marginalizada, mas também de um popular como produção de “alienação e negação da luta de classes”. E nesse ínterim, o popular na televisão é fruto do imaginário nacional que constitui o povo ou o popular de forma estereotipada. A linguagem desse jornalismo, portanto, é marca pela evocação de uma “verdade” sobre o “povo” e das “condições populares de existência”, muitas vezes buscando “heróis”, apresentando o estético e o temático em torno dos modos de vida dos pobres. A noção de “povo”, o pobre, é constantemente vinculada à “noção de terra”, ou seja, a uma forma de patriotismo, de valorização da cultura regional (BARROSO, 1996, p. 33).

- Gêneros de Educação:

O discurso pedagógico na televisão com vistas à formação e/ou instrução de determinados conteúdos encontra dificuldades na sua sustentação e sucesso diante das audiências: a dificuldade de reunir num mesmo produto, o programa de televisão, educação, informação, cultura e entretenimento e a participação de diferentes lógicas, as próprias da produção televisiva e as de caráter pedagógico. Essa complexidade é base para a própria definição de uma emissora educativa.

Nas emissoras comerciais no Brasil os programas educativos também compõem a grade de programação. Em geral, são programas que se dedicam ao que Cristiane Mafacioli Carvalho (2006) chama de “cultura da vida”, não apenas atendendo ao currículo escolar. Diferente das emissoras educativas, os programas educativos/instrutivos na televisão comercial são mais regulares e não são repetidos no decorrer da programação diária.

Contudo, seja em emissoras públicas e/ou educativas ou em emissoras comerciais a constatação considerada óbvia no estudo desenvolvido por Cristiane Carvalho é que “um programa de televisão “só tem a capacidade de ser educativo se não abdica de ser um programa televisivo” (CARVALHO, 2006, p. 203). O gênero pode ser realizado por meio das tipologias “educativo” e “instrutivo”. Encontramos nestes gêneros formas de realização diversas como: telecursos, gênero educativo, instrucional, seriado (dramaturgia), e formação complementar da educação formal. O gênero instrutivo caracteriza-se pelo direcionamento a várias faixas etárias e pelo uso da linguagem própria da televisão, como entrevistas, minisséries e documentários com assuntos variados sobre informações em geral. O subgênero educativo apresenta-se como formação complementar à educação formal, por exemplo, os telecursos supletivos, que também utilizam tele-aulas.

- Gêneros Publicitários:

A televisão ao tempo em que trabalha com a divulgação de seus próprios produtos libera seu espaço para produtos de outros anunciantes. Para Maria Lília Dias de Castro (2006, p. 209), esta dupla função, “de empresa anunciante e de veículo mediador, torna ainda mais complexa sua condição”. Em outras palavras, no Brasil, a televisão está cada vez mais próxima da publicidade tendo em vista que ela própria está dentro do mercado e das lógicas econômicas, pois que o modelo comercial de televisão está voltado para o consumo, para a conquista de audiência.

No mundo, a televisão pública tem adotado regras peculiares e distintas para a inserção de publicidade: seja apresentada no final dos programas a fim de não interrompê-los e misturá-los com intervalos comerciais, seja a título de apoio cultural ou mesmo. Alguns aspectos e situações decorrem desta aproximação, de acordo com a autora:

a) A apropriação pela televisão da linguagem publicitária difusa em praticamente toda a programação;

b) A diversidade de formas explícitas da publicidade cujas inserções aparecem mais autônomas ou mais difusas, neste caso desde *spots*, chamadas de patrocínios, *flashes* de chamadas a outros programas da emissora;

c) Decorrente disso, a sutileza com que essas inserções aparecem, como em sua realização como merchandising;

d) Outra característica diretamente ligada à observação anterior, a mistura de realidade e ficção com a exploração cada vez maior do imaginário social e do mundo dos sonhos, por meio da representação de valores, ideias e sentimentos atribuídos a objetos de consumo dentro de produtos televisivos como as novelas.

Entre os gêneros publicitários citados por Aronchi estão as chamadas de patrocínios, filmes comerciais, programas políticos, sorteios e telecompras. O telecompra tem se tornado muito comum nas redes comerciais, sobretudo locais. Os formatos se baseiam na *performance* de um apresentador para convencer o espectador e consolidar a venda geralmente por telefone. O formato testemunhal, reportagem e auditório também são comuns neste gênero.

- Gêneros Religiosos

Os programas religiosos têm se diversificado e hoje comportam desde transmissões de cerimônias religiosas, procissão, novenas, a programas que se utilizam do intercâmbio com outros gêneros e formatos da gramática televisiva. Neste caso, encontram-se programas de debates e discussão sobre temas religiosos ou de outras questões sociais, programas musicais, venda de produtos religiosos como discos e *souvenires* etc. O caráter intimista e performático do apresentador constitui destaque em sua maioria, daí a proeminência de padres como apresentadores cuja marca é a credibilidade junto ao público. Formatos mais dinâmicos e sofisticados são crescentes nos programas religiosos.

- Outros Gêneros e Formatos

- Especiais – Os programas especiais visam estreitar a relação da emissora com o público. Os formatos mais freqüentes são campanhas institucionais das emissoras, campanhas educativas, musicais, documentários comemorativos e campeonatos esportivos diversos, estes bastante presentes em muitas emissoras regionais.
- Diversos/outros – Alguns formatos são experimentados pelas emissoras; embora nem sempre constem na grade de programação, são programas especiais que podem voltar de tempos em tempos. São

exemplos tipos como séries comemorativas (exemplo do programa que homenageia nomes da música brasileira, o *Por toda minha vida*, videopoemas, contos, *spots* variados etc.).

- Formatos

Cada categoria e gênero indicam formas específicas de realização. A diversidade e hibridização de formatos têm propiciado cada vez com mais frequência à classificação de um programa em um determinado tipo de gênero. Segundo Aronchi (2004, p. 45), "um gênero de um programa associa-se diretamente a um formato". Entretanto, o próprio autor manifesta a dificuldade de imprimir este rótulo, pois há muita semelhança entre gêneros e formatos. Um gênero pode comportar vários formatos; da mesma forma, um formato pode reunir vários gêneros combinados.

Em linhas gerais, os formatos são entendidos como "matriz organizativa das mensagens" e confundem-se muitas vezes com os gêneros pelo fato de também comportarem expressões de significados e de expectativas.

Os formatos ainda permitem uma maior diversidade e possibilidade de mudanças. A criatividade e liberdade dos profissionais aliada a recursos tecnológicos levam a uma multiplicidade de formatos, estratégias comunicativas frequentemente utilizada pelas emissoras de TV no intuito de dar cara nova, de tornar um programa ágil e dinâmico sem lhe usurpar as características do gênero. Aronchi alerta,

> Os formatos são a base do êxito, mas muitas vezes é difícil distinguir o essencial do secundário, para apontar qual é o motivo do triunfo de um e por que ele é diferente do outro (ARONCHI, 2004, p. 47).

As classificações, portanto, correm o risco inevitável de dependerem da observação do pesquisador, que pode buscar nos referenciais externos do programa, nas intenções dos seus produtores nas relações com as audiências, um caminho para associar um programa a formatos, gêneros e categorias próprias do meio televisivo.

Yvana Fechine (2001) nota que os formatos também estão cada vez mais híbridos e apresentam uma configuração tanto estética quanto cultural. A incidência do formato revista, por exemplo, não se dá apenas como gênero de reconhecimento, mas como forma de apresentação que identifica a “cara da televisão”. Nesse sentido, os formatos são as principais estratégias, ampliadas com as novas técnicas, que estão tornando a televisão portadora de uma linguagem mais independente dos demais meios.

Para a autora, os formatos são fundados a partir do modo como as mensagens são organizadas na TV. A autora pesquisou os principais tipos de formatos encontrados na TV brasileira os quais vão caracterizar os gêneros:

- Formatos fundados no diálogo;
- Formatos fundados no folhetim;
- Formatos fundados na performance;
- Formatos fundados no jogo;
- Formatos fundados no apelo pedagógico;
- Formatos fundados na propaganda/publicidade;
- Formatos fundados na paródia;
- Formatos fundados no jornalismo;
- Formatos fundados na transmissão direta;
- Formatos fundados nas histórias em quadrinhos;
- Formatos fundados no *voyerismo.*

Um diálogo entre os autores citados é de grande contribuição para os estudos de gêneros televisivos, especialmente na identificação das dinâmicas históricas, sociais, culturais e subjetivas que permeiam a constituição da linguagem dos programas de televisão. Entretanto, para este trabalho, optamos por trabalhar com tipologia/categorias destacadas por Aronchi (2004), as quais têm um caráter mais preciso e organizativo para a natureza do estudo que empreendemos.

Gêneros e formatos específicos dos programas regionais da televisão aberta podem trabalhar ainda mais com estas dinâmicas supracitadas, uma vez que o evidente diálogo com contextos culturais regionais/locais imprime novas configurações na escolha de determinados formatos. Contudo, a dependência econômica de anunciantes locais para a sustentabilidade dessas emissoras, já discutida em capítulos anteriores, impõe limites a produções mais sofisticadas, excetuando-se algumas redes regionais, como veremos, a exemplo da RBS, afiliada da Rede Globo no Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

As especificidades dos gêneros e formatos e seus diálogos com as identidades regionais locais nos programas das emissoras regionais de televisão são os objetivos das próximas páginas e dos capítulos seguintes.

Quadro 1: Formatos

- Ao vivo em estúdio
- Ao vivo gravado
- Auditório
- Câmera Oculta (pegadinhas)
- Capítulo
- Debate
- Depoimento
- Documentário
- Entrevista
- Episódio
- Esquete
- Game Show
- Instrucional
- Interativo
- Legendado
- Musical
- Narração em off
- Noticiário
- Quadros
- Reportagem
- Revista
- Seriado
- *Talk show*
- Teleaula
- Telejornal
- Teletexto
- Testemunhal
- Videoclipe
- Vinheta
- Voiceover
- Mesa-redonda

4.4 Etapas da Pesquisa Empírica

Apresentamos a seguir o recorte do nosso objeto de análise definindo as linhas de investigação empírica mais adequadas para o alcance dos objetivos propostos.

As etapas referenciadas e nosso recorte encontram-se identificados abaixo.

- **a) Primeira abordagem:** Uma análise quantiqualitativa que revela o panorama da programação regional das emissoras locais afiliadas das redes nacionais de televisão aberta comercial e das redes pública de televisão aberta;
- **b) Segunda abordagem**: uma análise qualitativa que descreve as características de produção e conteúdo dos programas regionais com ênfase na análise cultural.

A seguir, destacaremos cada uma dessas etapas.

4.4.1 Primeira Parte: panorama da programação regional e local

Para este estudo, consideramos a lista da programação local de emissoras regionais de televisão aberta no período de fevereiro a maio de 2008, formada a partir da divulgação da programação em jornais, no site das emissoras e sites especializados em programas de televisão, por meio do contato direto por telefone e em bibliografia específica. Os dados coletados foram tabulados com o suporte do programa estatístico SPSS (*Statistical Program for Social Science*s), observando a região do país, características da emissora, temáticas dos programas, gêneros, tempo de duração e frequencia na grade para alcançar dados relativos ao interesse deste trabalho.

Problemas na composição dos dados devem ser considerados. Algumas grades de programação divulgadas pelas emissoras listadas não contemplam a atualização da divulgação dos horários dos programas nem de informações sobre eles; outras emissoras não foram identificadas como afiliadas a alguma rede em estudo ou não ficou claro, para a pesquisadora, a existência de programas locais produzidos pelas emissoras no período de levantamento dos dados.

A pesquisa iniciou com o levantamento quanti-qualitativo abordando indicadores que revelaram o panorama brasileiro da programação local e regional da TV aberta. Foram analisadas as grades de programação das emissoras de TV tanto por região do país como por Estado da Federação.

- Seleção das redes

1. Redes Comerciais Nacionais: emissoras geradoras afiliadas às três principais redes de televisão abertas comerciais nacionais, a saber, Rede Globo, SBT e Rede Record, que possuem programa(s) local (is);

2. Sistema público de televisão: foram selecionadas as emissoras públicas geradoras coligadas à rede TV Brasil, entre outras que mesclam sua programação local com programas produzidos pela TV Cultura de São Paulo ou pela TVE do Rio de Janeiro. No período de coleta dos dados, ainda estava em andamento a configuração das parcerias e associações entre as emissoras públicas brasileiras e a nova rede, a TV Brasil, a qual iniciou suas transmissões em dois de dezembro de 2007. A nova rede passa a ser gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada em outubro de 2007, por força da Medida Provisória 398, e regulamentada pela Lei 11 652/2008, de sete de abril de 2008.

A seleção das emissoras justifica-se pelo grau de penetração no país e pelo maior número de afiliadas (emissoras regionais que retransmitem a programação da cabeça-de-rede com espaços na grade horária definidos e liberados pela emissora mãe) e geradoras próprias (redes com emissoras próprias localizadas fora do Estado

sede da cabeça-de-rede), apresentando, dessa forma, dados significativos para pensar o modelo vivido de televisão regional no Brasil.

Abaixo, a média dos índices de audiência das emissoras abertas os quais refletem os pontos médios de audiência na Grande SP, principal mercado do país e a participação do canal no horário (percentagem dos aparelhos de televisão ligados no canal), das 7h às 0h[36]:

Quadro 2: Audiência média de redes de televisão aberta

Emissora	**Pontos**	**Participação**
Globo	19,9 pontos	45,4%
Record	6,8 pontos	15,5%
SBT	6,5 pontos	14,9%

Paralelo à audiência, considerando ainda que a Rede Record tem efetuado um crescimento gradual investindo em emissoras próprias e afiliadas, temos os seguintes dados de cobertura das emissoras nos municípios brasileiros, no período 2002/2003, com destaque para a cobertura da Rede Globo que chega a quase a totalidade do território brasileiro (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 46):

Quadro 3: Cobertura das emissoras nos municípios brasileiros

Emissora	**Cobertura**
Globo	98,91
Record	42,13
SBT	89,10
Band -	60,65
RedeTV!	62,52

O faturamento das emissoras segue a mesma linha, sendo a Rede Globo líder absoluta do mercado e a rede Record alcançando a vice-liderança, sobretudo nos últimos anos por meio de altos investimentos na programação e na ampliação

[36] Fonte: Almanaque Ibope, pesquisa de audiência 2007. http://www.almanaqueibope.com.br/asp/index.asp, em 2007)

das afiliadas e de cabeças-de-rede. O faturamento, em reais, das emissoras em 2005 (CASTRO, 2006, p. 101) está composto no quadro abaixo:

Quadro 4: Faturamento das emissoras abertas em 2005:

Globo	4,3 bilhões
Record	700 milhões
SBT	703 milhões
Band -	não divulgado
RedeTV!	270 milhões

A expectativa de crescimento demonstra certa mobilidade do quadro, embora não configure alterações significativas em relação ao modelo de televisão dominante. Ressaltamos que esta observação fez com que na fase de pesquisa geral sobre as programações muitas emissoras afiliadas da Rede Record não apresentassem páginas na internet ou programação ainda definida porque algumas destas se afiliaram recentemente à emissora, que apresenta investimentos expressivos na aquisição de emissoras de televisão, próprias ou afiliadas.

Quadro 5: Expectativa de crescimento das emissoras abertas

Emissora	**Cobertura**
Globo	de 8 a 12 %
Record	35 %
SBT	13 %

Outros dados justificam a escolha das emissoras, os quais descrevemos a seguir, em relação às redes comerciais objeto deste estudo.

De acordo com pesquisa de Cosette Castro (2006, p. 94), com 121 emissoras de televisão, a Rede Globo aglutina também o maior número de veículos de comunicação em todas as modalidades (ou seja, televisão, emissoras de rádio, jornais impressos e revistas), tem quase o dobro de empresas de mídia que o do SBT, que ocupa o segundo lugar, está presente em todos os Estados e no seu

conjunto, apresenta uma distribuição equilibrada de emissoras pelas diversas regiões do país, sem concentração excessiva em pequenos mercados.

O SBT, contudo, tem o maior número de associações com grupos regionais. Segundo dados oficiais da emissora, o SBT possui 112 emissoras. A Rede Record é o grupo que mais detém veículos de comunicação próprios em todas as regiões do país em comparação com as demais redes. São 83 emissoras dentre as quais 17 são geradoras próprias, de acordo com dados da Rede.

Após a definição das emissoras a serem pesquisadas começamos o processo de composição da relação dos programas locais produzidos por cada uma delas. Os métodos de busca, executados de forma complementar a fim de fazer o confrontamento dos dados em função da dificuldade de manter contatos diretos com os responsáveis pela programação de cada emissora, foram os seguintes:

- Busca da relação das emissoras afiliadas e próprias de cada grupo nos sites e na bibliografia disponível;
- Pesquisa na página de cada emissora na internet;
- Contato por meio de e-mail e/ou telefone solicitando as informações aos setores responsáveis;
- Consulta à programação de TV dos jornais impressos dos Estados e municípios;
- Busca de informações em *sites*, *blogs* na internet sobre os programas.

Com a composição do banco de dados, pode-se formular um panorama para a definição das demais etapas desta pesquisa. Foram relacionados 1328 programas locais distribuídos em 192 (vide apêndice) emissoras que constavam, de acordo com as formas de busca, algum programa local. Desses programas, 345 encontram-se na rede pública e 983 na rede comercial.

A partir da matriz da programação local, cruzamos esses programas com a filiação da emissora local, cujos dados são observados na tabela abaixo:

Tabela 1: Frequência dos programas locais por tipo de emissora

Tipo de emissora	Frequência de programas	%
Pública	345	26
Comercial	984	74
Total	1329	100,0

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Cruzando os dados dos programas encontrados em cada rede observa-se que a produção de programas locais ganha destaque nas afiliadas da rede do sistema SBT e das emissoras públicas conforme a tabela abaixo:

Tabela 2: Frequência dos programas locais por região e rede

	TV Brasil	Rede Globo	Rede Record	Rede SBT	Total	%
Norte	68	35	46	61	210	15,8
Nordeste	134	70	96	109	410	30,9
Centro Oeste	33	32	64	50	179	13,5
Sudeste	51	122	56	94	323	24,3
Sul	59	36	58	54	207	15,6
Total	**345**	**294**	**321**	**368**	**1329**	**100**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008)

A capilaridade das redes de TV no país também forneceu dados para a composição de um perfil da programação local e da constituição da amostra para a análise audiovisual que compõe a segunda etapa do processo investigativo proposto. A tabela abaixo mostra a relação entre as emissoras com maior número de programas locais e as regiões do país.

As regiões Nordeste e Sudeste contemplam o maior número de produções locais o que pode demonstrar uma demanda mais expressiva por programas que representem estes Estados e lhe confiram algum tipo de proximidade geográfica e identitária, dados que contrastam, parcialmente, com a concentração histórica da produção audiovisual de veiculação nacional na região Sudeste, sobretudo nos

Estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Cabe ressaltar que a produção local, por exemplo, do Estado do Rio de Janeiro é uma das mais baixas.

De forma geral, as redes Record e SBT mantêm uma produção maior de programas locais, embora as emissoras regionais próprias da Record tendam, na atualidade, a seguir sua linha de programação. As televisões públicas mantêm média mais equilibrada de programação local.

Com os dados apresentados, definimos alguns indicadores para compor os índices de: a) representatividade da produção regional dentro da grade nacional: a) representatividade da produção regional dentro da grade nacional; e b) conteúdo dos programas locais.

Para compor o primeiro índice, representatividade da produção regional dentro da grade nacional, foram observados os seguintes indicadores:

- Distribuição dos programas na grade de programação da emissora por tipo de programa - local regional ou nacional.
- Participação da Programação local por região do país
- Participação da Programação local por Estado
- Participação da Programação local por propriedade de emissão: Pública e Comercial

Para compor o segundo índice, os dados permitiram arrolar:

- Distribuição da Programação local por categorias de programas;
- Distribuição da Programação local por gêneros de programas;
- Distribuição da Programação local por formatos de programas;
- Distribuição da Programação local por temas dos programas.

Os índices permitiram compor um quadro de amostra para identificar os apelos culturais, comunitários e regionalizados em circulação na programação local e, a partir daí, construir um panorama analítico para o estudo de caso na segunda etapa da pesquisa.

4.4.2 Segunda Parte: Análise de Produto Audiovisual

Analisar a imagem televisiva na sociedade atual é antes tomarmos suas audiências como "consumidores de imagem", conforme explica Joly (1996). E como consumidores, nunca estamos inteiramente passivos diante dos conteúdos apresentados. Assistir televisão é antes de tudo uma experiência na qual há uma troca entre o objeto e o sujeito que "usa", pois as imagens e os conteúdos audiovisuais, as características específicas da televisão e sua própria inserção no tecido social como um novo espaço público, um "telespaço" (BUCCI, 2007), nos permitem deixar de vê-la como apenas imitação de uma realidade para tomá-la como um tipo de experiência em relação ao que é veiculado.

A imagem, portanto, pode se constituir um ícone, pelo princípio da semelhança, e também um índice, na medida em que é um signo que se refere a um determinado objeto, por falar de algo que já conhecemos e, portanto, temos algum conceito sobre ele. Nisto resulta a multiplicidade de experiências e de efeito ou efetividade da televisão no mundo da vida.

A base de análise dos produtos televisivos desta pesquisa toma como premissa o fato de que tais produtos são construídos por meio tanto do registro dos fatos (da filmagem) como pelo processo de edição desse registro. Ambos os processos são construções fragmentadas de um todo, cuja totalidade será (re)elaborada pelas audiências dependendo dos contextos e do repertório das mesmas. Em suma, esta linha metodológica se pauta pelo estudo dos produtos audiovisuais televisivos como um objeto que apenas recorta a realidade, ao tempo

em que revela e representa modos de vida, são apenas fragmentos de uma realidade muito mais complexa[37].

A imagem representa a marca do homem e de sua existência no mundo, e pode trabalhar tanto para processos educativos e mobilizadores como para o entorpecimento, alienação e enganação das pessoas. Conforme explica Joly (1996, p. 19), quando elaboramos uma imagem mental, uma representação "é elabora de maneira quase alucinatória, e parece tomar emprestadas suas características da visão". O que interessa, portanto, para o pesquisador, é a construção que resulta da imagem mental na sua relação com a realidade (a semelhança) e a visualização dessa realidade. Ou seja, o objeto audiovisual ganha vida própria.

Dessa forma, optamos por uma metodologia que destacou as dimensões integradoras desse objeto que se assemelha a realidade. Buscamos, portanto, para esta segunda etapa, compor um quadro referencial dos contextos sócio-culturais e político-econômicos nos quais estão inseridos os programas estudados na pesquisa.

Diante dos programas regionais selecionados para análise, buscamos pensá-los de acordo com os princípios da linguagem audiovisual: a sua heterogeneidade (a possibilidade de estas imagens estarem compostas por diversos signos que se interagem); e efeito de real (a imagem busca imitar a realidade de forma que seja confundida com ela, tornando-se mais ícone do que índices do real) (JOLY, 1996, p. 38-40).

Segundo Arlindo Machado, os eventos audiovisuais – enunciados, textos, são singulares e intencionais. É ao mesmo tempo um produto particular e específico, mas também têm a intenção de se fazer familiar às audiências. O conceito de televisão advém da maneira singular como estes "recursos expressivos da televisão", seus enunciados, são utilizados (MACHADO, 2005, p. 70). Conteúdos verbais, figurativos, normativos, temáticos, manejo dos códigos televisuais, são

[37] Para Ismail Xavier, as imagens televisivas são retidas na tela mas não se esgotam nelas mesmas: o campo de visão é constituído tanto pelo interior do enquadramento quanto pelo espaço exterior ao enquadramento da câmera, ou seja, pelo que está "supostamente além dos limites do quadro". Os elementos são fragmentados, o espectador os captura parcialmente e os reconhece como fragmentos de um todo que se estende para fora da tela. Para o autor, porque a imagem apenas representa a realidade, ela não pode ser sua continuação. A imagem no cinema se distingue da televisão por esta ter se tornado os olhos e o corpo das pessoas, por testemunhar a história, pelo compromisso com a atualidade. Opor outro lado, o cinema reservou-se o lugar de um mundo imaginário, dos sonhos e dos mitos do homem, da identificação do espectador com personagens e experiências (XAVIER, 2005, p. 19).

singulares em cada evento televisual. Assim, justificamos que as categorias que utilizamos para classificar os programas, os gêneros escolhidos pelas emissoras, nos dizem sobre que tipo de televisão estamos falando. Os conteúdos dos programas regionais de televisão são, portanto, peças fundamentais de análise da relação entre cultura e comunicação.

A análise do conteúdo audiovisual e códigos televisivos dos programas selecionados serve para evidenciar como esses programas se estruturam em que contextos sócio-midiáticos eles estão inseridos e, ainda, como são produzidas as modalidades de representações identitárias e de pertencimento.

De forma geral fazemos uma análise da televisão abarcando seus códigos específicos e não-específicos e as relações intertextuais da televisão com ela mesma, com outras mídias e com os contextos sociais que moldam a conversação (FISKE, 1987), o que se constrói por meio de dois momentos de análise:

A. Análise do contexto sócio-midiático de transmissão dos programas de TV selecionados;

B. Análise do conteúdo audiovisual desses programas;

A - Análise do Contexto Sócio-midiático de Produção e Transmissão dos programas de TV selecionados

A análise do contexto social compõe-se dos estudos e reflexões sobre as questões do nosso tempo e o contexto histórico e sócio-econômico/cultural que moldam as relações sociais e as condições de pertencimento mediadas pelos meios de comunicação na modernidade. Também serão abordadas as origens dos programas e do contexto social (cultural-político-econômico) que propiciou a inserção das temáticas regionais de forma mais contundente na televisão brasileira.

Os códigos da televisão, como um sistema regulado de signos compartilhado entre os membros de uma cultura, que gera e faz circular significados, denotam

sentidos presentes na realidade. Entretanto, a própria realidade tem faces diversas e que são configuradas na experiência cotidiana, pois é produto dos códigos culturais e das múltiplas faces da cultura.

A realidade televisada une os códigos técnicos e as convenções representacionais do meio para fazer tanto a transmissão técnica como a apropriação cultural por suas audiências. Assim, como aponta Fiske (1987, p. 6), "*the process of making sense involves a constant movement up and down through the levels of the diagram, for sense can only be produced when 'reality' representations, and ideology merge into a coherent, seemingly natural unity*"[38].

Para o autor, esses contextos trabalhados nos programas envolvem três níveis de codificação que devem ser compreendidos junto com os contextos sócioculturais onde estão inseridos. Por isso alerta para a relevante pré-observação das especificidades regionais as quais definem múltiplas maneiras de leituras de um mesmo código, pois as realidades podem ser simplificadas por meio de tipificações e estereótipos.

Alguns códigos são mais específicos, mais definidores de certas características da realidade do que outros (costumes locais), outros são mais perceptíveis no meio de expressão (cor da pele, vestuário), e outros são menos específicos (composição de uma paisagem), o que acarreta uma atenção especial à observação dos mesmos. De modo similar, os códigos técnicos da televisão podem ser mais facilmente analisados do que as convenções e os códigos. Por exemplo, a escolha do ângulo da câmera limita e especifica o que está fotografado e pode-se inferir o que está enquadrado em cada plano, *frame*, ângulo, distância etc. Os códigos convencionais e ideológicos e suas relações são mais elusivas e difíceis de especificar e referem-se às experiências sociais das audiências com os textos televisivos.

Os níveis definidores dos códigos de televisão por Fiske (1987, p. 5), são:

[38] O processo de fazer o sentido envolve um movimento constante para cima e para baixo através dos níveis do diagrama, em que o sentido somente pode ser produzido quando representações da "realidade" e a ideologia emergem em uma unidade coerente, convenientemente natural (tradução livre da autora).

Quadro 6: Níveis de codificação da TV

	UM EVENTO TELEVISADO É CODIFICADO A PARTIR DOS CÓDIGOS SOCIAIS
Nível I	**Realidade** Apresentação, trajes, make-up, ambiente, comportamento, discurso, gestos, expressões, som etc. ↓ ESTES SÃO CODIFICADOS POR CÓDIGOS TECNOLÓGICOS
Nível II	**Representação** Iluminação, edição, câmera, música, som. ↓ ... OS QUAIS TRANSMITEM OS CÓDIGOS REPRESENTACIONAIS CONVENCIONAIS, QUE FORMAM AS REPRESENTAÇÕES DE, POR EXEMPLO, NARRATIVA, CONFLITO, AÇÃO, PERSONAGEM, DIÁLOGO, CENÁRIO, ESCOLHA DE PAPEIS. ↓
Nível III	**Ideologia** São organizados com coerência e aceitação social por códigos ideológicos, tais como: individualismo, patriarcalismo, raça, classe, materialismo, capitalismo etc. Em outras palavras, como os níveis anteriores dialogam com questões do mundo cultural e das ideias da sua sociedade.

A configuração do cenário da produção dos programas foi definida destacando-se ainda:

- Perfil do programa (formato, gênero, temático);
- Proposta e objetivos;
- Trajetória e histórico do programa;
- Estrutura de produção e equipe envolvida;
- Sustentabilidade do programa, patrocinadores, recursos disponíveis.

B - Análise do conteúdo e códigos televisuais destes programas;

Este momento é dedicado à análise das condições de produção dos programas em questão. A análise contemplará o conteúdo e os códigos sociais e técnicos presentes a fim de compreender o amplo e complexo processo. A análise do conteúdo e condições de produção dos programas de televisão selecionados obedece a dois passos:

Passo 1. Decupagem dos programas – é o processo de transcrição e tradução das informações presentes na composição do texto televisual, com seus códigos e sentidos.

Uma premissa essencial é a de que esse é um processo de simplificação, é passível de escolhas e alternativas as quais ganham concretude a partir dos interesses específicos e delineamentos de cada pesquisa em particular. É preciso um debruçamento cuidadoso nessa etapa tendo em vista que os "meios audiovisuais são um amálgama complexo de sentidos, imagens, técnicas, composição de cenas, sequência de cenas e muito mais" (ROSE 2000, p. 343-344).

A atenção específica na decupagem dos programas será dada aos gêneros e formatos, as temáticas abordadas em cada programa e ao fluxo de comunicação entre programa e audiências. A codificação será realizada na transcrição em três colunas: cada tema representa uma linha da tabela, em que serão descritos os códigos que compõem cada temática.

Figura 1: Modelo da transcrição

PROGRAMA "A"
Categoria:
Gênero:
Formatos:

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Tema 1: Apresentação do conteúdo do programa	**1'03''**	- *Close up* médio do apresentador; - Exibição de flashes dos quadros do programa.	Apresentador: "..."
Tema 2:	**...**	**...**	**...**

Passo 2. Análises de audiovisual - atendendo às especificidades do nosso objeto de pesquisa e a fim de atender aos nossos objetivos, a análise de conteúdo dos programas seguirá uma linha mais ampla, que possa destacar as diversas etapas que regem produção televisiva. A proposta de análise crítica da televisão em John Fiske (1987) e Jeremy Butler (2002) e às categorias adotadas por Kientz (1973) auxiliaram na busca de uma abordagem mais ampla da análise de conteúdo, considerada aqui como um conjunto de *técnicas de análise das comunicações*, visando não apenas o conteúdo da língua ou da linguagem, mas sim, a determinação mais ou menos parcial das *condições de produção* dos textos/programas.

De acordo com Bardin, a análise do conteúdo midiático cujos procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, com indicadores quantitativos e qualitativos, permitem interpretar as condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1997:42). O procedimento visa apontar, ao menos a priori, as funções de integração e contribuição democrática exercida pela principal mídia eletrônica na sociedade brasileira. Nesse sentido, a abordagem da análise de conteúdo vai além das condições quantitativas, é “uma técnica para múltiplos fins” a qual será articulada a um modo de interpretação amplo, pois que existem muitas articulações embrionárias que não podem ser desmerecidas pela limitação de uma técnica determinada (KIENTZ, 1973).

A análise dos programas selecionados toma como referencial os códigos culturais e as representações sociais que surgem a partir da estruturação dos programas, por meio da gramática televisiva a qual dispõe sobre os sentidos presentes nos códigos trabalhados (o gênero, o formato, as imagens e sons, e a relação destes com o texto narrativo oral).

É um momento de interpretação, pois pode comportar diversas vertentes a depender do referencial tomado, tendo em vista o caráter polissêmico da linguagem televisiva. Nesse sentido, explicitamos as dimensões culturais regionais e localizadas como referencial para a compreensão dos dados aferidos. Como alerta Diana Rose, as técnicas de análise de audiovisual por vezes apresentam “riscos epistemológicos” e “consequências éticas”, pois, por ser um trabalho de translação, não há uma leitura perfeita do texto. “A questão é, então, ser explícito sobre os fundamentos teóricos, éticos e práticos da técnica e abrir um espaço onde o próprio

trabalho possa ser debatido e julgado" (ROSE, 2000, p. 362). Tentamos, portanto, ao longo das análises, estabelecer nexos com as referências teóricas do trabalho e os objetivos propostos.

A partir dos dados decupados, estabeleceu-se a análise dos elementos formadores dos programas, de acordo com os níveis analíticos propostas por Fiske já especificados neste trabalho. Nesta etapa, o objetivo é entender a legibilidade da mensagem, buscando descortinar implicações que as imagens colocam frente ao espectador e que situam algumas preocupações de Martine Joly (1996, p. 41): o princípio de semelhança da imagem não é sinônimo de sua ótima legibilidade; a intenção da mensagem extrapola a intenção do autor no momento de seu consumo; e dar o valor devido à imagem artística uma vez que a arte é intencional e o próprio processo de produção televisiva é uma forma de trabalho artístico, em maior ou menor aplicação.

- Modelo de Análise dos Programas

1. Nível da Realidade

Observaremos as condições de realidade do programa: Os trajes, make-up, ambiente físico, o comportamento e o discurso dos apresentadores, seus gestos e expressões.

2. Nível da Representação

Como são trabalhados os códigos televisivos. Foi perceber o triplo uso de linguagens, iconográfico/verbal/auditivo, que move a gramática audiovisual e mais:

- O lugar do programa na grade de programação

- Os códigos audiovisuais

- Planos e enquadramento

- Movimentos de câmera e ângulo

- O cenário (linha, cor e luz)

- A edição (montagem, sentido iconográfico das imagens editadas/montadas; linearidade do discurso)

- O código sonoro

- Recursos retóricos:

- Relação corpo-palavra, nível de expressividade.
- Articulação de valores fonéticos e fônicos, expressões faciais, movimentos do corpo.
- Linguagem acessível, público mediano;
- Uso de valores mais ou menos coletivos
- Envolvimento na intimidade do espectador (não só pela sensação de estar frente a frente, mas pelas situações privadas que o programa torna visível e de interesse público[39]).

3. Nível da Ideologia

Como os usos dos códigos televisivos combinados com as impressões de realidade, processos que constroem o produto audiovisual, compõem um quadro coerente e com aceitação social, ou que revelam valores e ideias tais como: individualismo, patriarcalismo, questões de raça ou classe, consumismo ou mudança de hábitos faz-se necessário um resgate dos contextos sócio-culturais e político-econômicos. Este resgate é primordial para o entendimento da intencionalidade do programa.

Observamos, portanto, aspectos que mostram como os níveis anteriormente abordados se relacionam com aspectos sócio-culturais, tais como: Níveis de dramaticidade e repetição, a intenção de atualidade, compor o presente social, a

[39] C.F.: POZENATO, **Retórica e jornal televisivo**. Caxias do Sul/RS: EDUCS, 1997, pp. 33-63.

apropriação do real, o agenciamento do desejo[40], a esterotipização dos personagens entre outros elementos.

4.4.3 Justificativa e Seleção dos Programas para Análise

Para garantir representatividade na seleção dos programas de TV tomados para análise optamos por critérios que nos mostrassem a diversidade da produção televisiva regional. Por esta razão, dos programas produzidos localmente, buscamos aqueles com uma proposta de linguagem e intencionalidade diferenciada, de certa forma, dos programas pensados para um público nacional. O quadro foi composto atentando-se para uma relativização das frequências dos programas em relação às cinco grandes regiões do país. Buscamos o cuidado de selecionar programas de distintos formatos e gêneros (culinária, revista eletrônica, turismo, variedades etc), e, quando possível, com certa periodicidade e frequência que evidenciem continuidade.

A metodologia de análise audiovisual permitiu identificar os processos e modos como esses eventos televisivos se relacionam com a realidade social e culturalmente localizada, demonstrando que a televisão regional interage com as particularidades e especificidades de seu público.

O recorte dos programas foi realizado de acordo com os seguintes critérios nessa ordem de relevância:

- Representatividade por região do país;
- Representatividade por categorias e principais gêneros televisivos encontrados no levantamento dos programas;
- Apresentação de formato inovador e uso de novas linguagens;

[40]São em geral, “ganchos”, jogos de tensão/desenlace de pequenos conflitos na trama do programa, com a intenção induzir uma sensação de conforto mas que é resultante de uma expectativa anterior. Baptista comenta que a dosagem de real nas narrativas televisivas pode ultrapassar o suportável no sentido em que, citando Hirschman, “a decepção no consumo surge da disparidade entre a expectativa de uma atitude agradável e a experiência real”. Assim, sem o conflito, não há desejo agenciado. De acordo com a autora, **“a telenovela, desta forma, potencializa a própria relação com a televisão, como o folhetim fez com o jornal**” (BAPTISTA: 1996, pp. 91- 92).

- Representatividade por frequência de temáticas, ou seja, identificar as temáticas mais abordadas nos programas locais;
- Representatividade por tempo, história e atualidade do programa;
- Representatividade por audiência (contudo, a dificuldade de dados sobre as audiências de cada programa local da base de dados impediu que se tomasse esta variável como representativa e foi utilizada apenas em casos cuja audiência foi conhecida e mereceu destaque).

Neste ponto, a opção pelo formato como um dos principais valores para a seleção dos programas para uma análise mais aprofundada deve-se ao fato de as geradoras de programação estar situadas na Região Sudeste, nesse sentido, teoricamente esta região, seus valores e aspectos culturais moldam determinados formatos e conteúdos dos programas gerados em rede nacional. Portanto, a presença de gêneros e formatos diversos pode ser um indicador importante no que diz respeito ao perfil da programação regional.

Os resultados dos cruzamentos entre as principais categorias, gêneros e formatos dos programas produzidos e veiculados pelas emissoras regionais/locais pesquisadas, dispostos na base de dados deste trabalho, tornaram possível observar que a maioria desses programas são informativos (49,8 %) %) seguidos pelos programas de entretenimento (37,7 %). Um dado que cabe destaque são os programas religiosos (5,5%), os quais estão presentes em muitas emissoras e não apenas naquelas cuja direção ou propriedade tem base em grupos religiosos. Conforme verificamos na tabela 11 (capítulo 6).

Os dados mostram o predomínio dos gêneros jornalísticos nas afiliadas da rede Globo o que pode ser explicado pela linha de programação da rede que homogeneíza a produção dos telejornais. Mostra ainda que os formatos de entretenimento e informação estão em equilíbrio nas demais emissoras.

Entre os temas mais abordados encontramos: Esporte local; notícias e informações gerais do dia, variedades, personalidades locais, festas e eventos e colunismo social, debates e entrevistas sobre atualidades política, econômica, cultural, educativa, conselhos e ajudas espirituais, temas religiosos, agronegócios e notícias do meio rural, música regional e promoção do turismo regional. A tendência

das temáticas aponta para o fato de as audiências locais buscarem a visibilidade de si mesmas. É o que os produtores justificam como o "se ver na tela", ver as coisas que lhe estão próximas (BAZI, 2001; CAMPONEZ, 2003).

O subgênero jornalismo popular, pautado sobre demandas comunitárias e temas policiais, ganha destaque na região Nordeste, Norte e Centro-Oeste. São programas em geral líderes de audiência na região e que geram retornos financeiros por ter um baixo custo de produção e audiência fidelizada.

Resumimos na tabela abaixo, as temáticas em dimensões mais amplas para facilitar a visualização do perfil dos conteúdos dos programas locais produzidos nas emissoras afiliadas às grandes redes nacionais. Confirma-se o predomínio do jornalismo e de assuntos diversos e gerais, programas de variedades, destacando-se, nesse sentido, a tendência da televisão no Brasil de entreter e informar. Segundo Bourdieu (1997: 23), as notícias de variedades tanto informam quanto destroem, pois são de "natureza a interessar a todo mundo", assuntos chamados por ele de "fatos-ônibus", os quais "não envolvem disputa", não chocam ninguém em nada muito importante do corpo social; não dividem, mas formam consenso.

Tabela 3: Resumo dos temas recorrentes na programação regional de televisão

Temáticas	%
Programas informativos (notícias e assuntos especializados)	36,3
Revistas, universos feminino e juvenil, cotidiano etc.	15,8
Cidadania, responsabilidade social, utilidade pública, policial, demandas comunitárias.	8,4
Esporte local	7,9
Cultura regional	6,2
Religiosos e espiritualistas	5,6
Educação e Informativo de órgãos ou empresas	4,8
Mercado Cultural	4,0
Vendas e divulgação de produtos e serviços	3,8
Promoção do Turismo: natureza e aspectos culturais locais, aventura, meio ambiente, esportes radicais, pescaria.	3,7
Agronegócios e notícias do meio rural	3,2
Filmes e curta-metragem	1,1

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Com a observação de que o tempo é caro e essencial na televisão comercial, o sociólogo conclui: Se as variedades ocupam tanto tempo, “é que essas coisas tão fúteis são de fato importantes na medida em que ocultam coisas preciosas” (BOURDIEU, 1997, p. 23). Nesse sentido, fica o questionamento que devemos fazer na condição de sujeitos integrados a uma sociedade refletida na televisão.

De acordo com as variáveis acima destacadas e os resultados obtidos podemos definir os programas regionais para análise audiovisual. Antes cabe esclarecer: Cada região está representada com a análise de no mínimo um programa. Entretanto, nas regiões Nordeste e Sudeste, por serem as regiões com maior frequência de programas regionais, tomamos para análise dois produtos. As categorias “variedades” e “jornalismo”, necessariamente, devido às maiores frequências entre os gêneros regionais, estão representados por dois estudos qualitativos, respectivamente.

4.4.4 Seleção dos Programas para a Análise Qualitativa

- Região Norte

- *Programa 1.*

Carrossel da Saudade **–** TV Cultura/AM. Musical

O programa *Carrossel da Saudade*, exibido às sextas-feiras, das 20h30 às 22h, é realizado pelo Centro Cultural do Largo da Praça São Sebastião, Secretaria de Estado de Assistência Social e Cultura de Manaus, em parceria com a TV Cultura. Seu formato é ao vivo, com público presente para assistir apresentações de músicos locais e nacionais. O clima do programa é nostálgico, relembrando as canções antigas típicas do Amazonas bem como outras que tiveram sucesso no âmbito nacional. Nos intervalos entre as atrações são exibidos clipes musicais diversos.

A escolha do programa justifica-se pelo mesmo ser destaque em conversas e crônicas, geralmente em blogs[41] na internet escritos por personalidades da região. O programa tem um formato interativo na medida em que o público participa da gravação do programa e pode pedir músicas durante a apresentação. Além disso, o gênero musical também está presente em praticamente todas as emissoras analisadas mostrando ser bastante apreciado na programação regional.

- *Programa 2*

  Raízes - TV Palmas- Redesat. TV Brasil

Exibido semanalmente, aos domingos, das 10 as 11 horas, pela emissora pública RedeSat Tocantins, afiliada da TV Brasil, o programa de entretenimento *Raízes* apresenta um panorama diversificado da sociedade, da cultura e do meio ambiente natural do Estado do Tocantins. Apresentado e produzido pelo músico, arquiteto e produtor cultural Diomar Naves, de forma despojada, cada edição do programa mostra um lugar do Estado do Tocantins, destacando as belezas naturais, potencialidades turísticas, mas apresentando também grupos e pessoas referenciais do local que revelam a história por meio das peculiaridades do lugar, como culinária, "causos", e músicas cantadas pelo próprio apresentador geralmente em forma de roda nas casas dos moradores locais.

A escolha do programa justifica-se pela diversidade de temas apresentados, pela evidência da *performance* do apresentador, como característica fundamental da dinâmica do programa e, ainda, pelo fato de ser um programa de produção independente o que por sua vez pode apresentar conflitos sócio-político-econômicos locais inerentes aos meios de comunicação regionais, sobretudo nas regiões Norte e Nordeste. A pré-análise dos dados mostra as regiões Norte e Centro Oeste com os menores índices de produção local. Contudo, as temáticas culturais estão presentes em todas as regiões e, proporcionalmente ao total da produção local da base de dados, a Região Norte apresenta um índice significativo.

[41] Como o do cronista Ribamar Bessa: http://www.taquiprati.com.br/apresenta-cronica.php3?cronica=cronica02.

- Região Nordeste

- *Programa 3*
- Fora do Eixo**.** TV Globo Recife. Esportivo.

O programa trabalha temáticas ligadas ao esporte, possui um formato de reportagens as quais são produzidas por outras praças da rede e enviadas e divulgadas pela TV Globo/Recife. Exibido quinzenalmente na emissora, busca mostrar histórias e personagens diferentes, exóticos, ligados às mais diversas atividades esportivas. *Fora do Eixo* também inova no formato e modos de produção, ao articular-se com outras regiões do país pois veicula matérias produzidas por outras emissoras afiliadas à rede Globo.

A escolha do programa justifica-se por ser um programa esportivo, e este gênero estar presente em praticamente todas as grades regionais analisadas, e ser um formato que integra outras emissoras e regiões do país além de ser veiculado no canal por assinatura Sport TV.

- *Programa 4*
- Tolerância Zero – TV Atalaia/Record/Sergipe

O programa *Tolerância Zero* é um programa de jornalismo popular exibido de segunda a sábado, às 12h45, e somando quase duas horas de duração. É bastante diversificado, pois durante a programação percebe-se a mistura de humor, entrevistas, plantão policial, campanhas de solidariedade, interação com as audiências e muitos sorteios de prêmios e anúncios publicitários. As reportagens policiais, mostrando o drama de famílias vítimas da violência, e o atendimento à população são o carro-chefe do projeto. A escolha desse programa justifica-se por se caracterizar um gênero que mobiliza a comunidade, sobretudo os segmentos C, D e E, com alto índice de audiência no Estado e detendo boa parte da publicidade da emissora. Pelo menos um programa de jornalismo popular local (policial ou

comunitário) com essa abordagem foi verificado nas emissoras pesquisadas. Na região Nordeste, a frequência do gênero apresenta-se consideravelmente maior em relação às demais regiões.

- Região Centro Oeste

- *Programa 5*
- Frutos da Terra – TV Anhanguera/Rede Globo/Goiás

Programa tipicamente regional, com foco na cultura goiana, mostra as tradições do Estado, como as festas, a culinária, o artesanato e a música regional com toques de humor nos quadros dos humoristas e músicos Mauri e Xexéu e de dois humoristas goianos, Nilton Pinto e Tom Carvalho. Apresentado pelo conhecido jornalista Hamilton Carneiro, é exibido todos os sábados, das 11h30 às 12h15. O programa busca a interatividade com o público por meio do envio de cartas com versos e sugestões que poderão ser lidos e/ou acatados pela equipe de produção.

- Região Sudeste

- *Programa 6*
- Terra da Gente - EPTV/Globo/São Paulo. Turismo

Produzido pela EPTV de Campinas, afiliada Rede Globo e exibido aos sábados, às 13H45, com aproximadamente 45 minutos de duração, o Terra da Gente narra os roteiros turísticos naturais do interior do Brasil, com ênfase na pesca esportiva, na preservação da natureza – fauna e flora, na culinária e na música de raiz. Tem a pescaria como fio condutor para em seguida apresentar as diversidades

culturais e naturais do Brasil pantaneiro, do Brasil dos índios, dos mateiros e dos povos das florestas; articula ainda os “causos” e receitas produzidas localmente. O programa trilha “um Brasil tão longe e tão perto e que ainda não foi totalmente descoberto”.

O programa *Terra da Gente* foi escolhido por apresentar um formato turístico e de aventura ao explorar as paisagens naturais, culturas locais e do cotidiano, presente em muitas emissoras. A escolha deste programa foi ainda enfatizada por ele ter atravessado as fronteiras do regional/local ao percorrer outras praças do interior que se identificam com suas temáticas.

Terra da Gente é exibido pelas seguintes emissoras: EPTV (Campinas, Ribeirão Preto, São Carlos e Varginha-MG); TV TEM (São José do Rio Preto, SP; Sorocaba, SP; Bauru, SP e Itapetininga, SP); TV Fronteira (Presidente Prudente); TV Diário (Mogi das Cruzes, SP); TV Centro América (Cuiabá, MT); TV Centro América Sul (Rondonópolis, MT); TV Centro América Norte (Sinop, MT); TV Terra (Tangará da Serra, MT); TV Morena (Campo Grande, MS); TV Sul América (Ponta Porã, MS); TV Cidade Branca (Corumbá, MS); TV Grande Rio (Petrolina, PE); TV Asa Branca (Caruaru, PE) e TV Tapajós (Santarém, PA). O programa ainda é exibido para todo o Brasil, aos domingos, às 7:00h, via antena parabólica (o canal *Superstation* da Rede Globo) e para 46 países dos 5 continentes pelo Canal Internacional da Rede Globo.

- *Programa 7*
- *Don & Juan e sua história* – TV Alterosa/SBT/Minas

O programa *Don & Juan e sua História* é exibido semanalmente em todas as emissoras da Rede Alterosa em Minas Gerais. É um programa de auditório conduzido pela dupla de música sertaneja que dá nome ao programa. A dupla recebe e canta pedidos musicais do público da região ou de artistas, que contam suas histórias, em geral relacionadas à musica solicitada, marcando um caráter interativo com as audiências. É um programa selecionado para a análise, pois reúne a música regional, presente em quase todas as emissoras, às histórias de vida do público.

- Região Sul

- *Programa 8*
- Especiais RBS – RBS/Globo

As séries de dramaturgias e docudramas da RBS abordam desde aspectos históricos e tradicionais da cultura gaúcha até questões sobre meio-ambiente, relações pessoais e a vida cotidiana dos gaúchos. Destacam-se pelo uso da linguagem do documentário e da ficção, até então ausente nas emissoras regionais, para tratar de temáticas regionalizadas e de interesse local. O programa vai ao ar semanalmente, aos sábados, e tem duração de 20 minutos. *Aventuras da Família Brasil* aborda de maneira divertida o dia a dia e as confusões de uma família de classe média de Porto Alegre: Pai, mãe, filho, filha, neto e o namorado da filha, o Boca. Na segunda temporada, exibida em 2009, o Filho e o Neto descobrem seus primeiros amores; a Filha fica grávida de Boca e se separam algumas vezes; em uma destas separações, arranja outro namorado, um ator muito estranho que enche a casa de outros estranhos artistas; e por fim o clima inusitado que acompanha o nascimento do novo bebê, o filho de Boca. As histórias são adaptadas das tirinhas de Luis Fernando Veríssimo com os atores Felipe de Paula (Boca), Miriã Possani (Filha), Beto Mônaco (Pai), Nadya Mendes (Mãe), Samuel Raginatto (Filho) e Arthur Quadros (Neto). No episódio *De onde viemos e para onde vamos*, da segunda temporada, às vésperas do nascimento do novo bebê e em meio a mais uma crise financeira, a Mãe resolve arranjar um emprego, dessa vez com o apoio do Pai, o Neto tenta entender a chegada da irmã, e a Filha e Boca preparam-se para o parto aquático.

Algumas séries já realizadas pelo Núcleo de Especiais da RBS foram:

- Antártida;

- Curtas Gaúchos;

- Herança Farroupilha;
- Histórias curtas;
- Na trilha dos rios;
- Minha história de Natal;
- O Legado Lutzenberger.

5. TELEVISÃO BRASILEIRA: PROGRAMAÇÃO E CONTEXTOS POLÍTICO-ECONÔMICOS E SÓCIO-CULTURAIS

Para muitos pesquisadores e estudiosos da comunicação, movidos talvez pelo otimismo que a emergência da TV segmentada gerou, a televisão a cabo seria a única que tornaria possível as produções locais e regionais (VITORINO, 1997). De fato, a TV massiva, aberta, tem mudado seus contornos e ela própria já vem se fragmentando desde pelo menos a década de 1980. Entretanto, este quadro não é um quadro facilmente diagnosticável, uma vez que a incidência de programação estrangeira na maioria das prestadoras do serviço audiovisual pago é alta: na mesma proporção que favorece as culturas regionais e nacionais amplia tendências globais. Sendo assim, embora a geração e produção do sinal estejam localizadas, sua transmissão pode mesmo ultrapassar as fronteiras nacionais.

Por outro lado, a TV aberta tem mudado sua configuração criando mais espaços para a produção local bem como propiciando uma maior interação e intercolaboração entre as cabeças-de-rede e suas afiliadas. Apresentamos nesse capítulo um panorama histórico da televisão e da programação da TV aberta, enfatizando as tendências à regionalização da produção.

A abordagem político-econômica configura o fio condutor de observação da programação de TV no Brasil. Contudo, a complexidade da análise da TV - as quais derivam da quádrupla dimensão da Televisão: institucional, linguística, mediativa e técnica (OROZCO-GOMEZ, 2001) - exige a adoção de “múltiplos olhares” que permitam enxergar as também múltiplas negociações entre este meio e seus públicos.

5.1 Desenvolvimento do modelo de programação da TV no Brasil

A televisão no Brasil desenvolveu-se com base num modelo comercial no qual o Estado, aos poucos, tornou-se forte regulador, mas também proprietário por meio da criação da radiodifusão estatal. De fato, o Brasil tem uma forma de propriedade de radiodifusão híbrida (grandes grupos privados, familiares, religiosos e canais estatais) cuja característica central é o investimento do modelo comercial tanto na produção como na circulação de bens culturais e não-culturais. Faz-se necessário, neste momento, contextualizar esses aspectos complexos inerentes à televisão como um "campo social", nos termos de Pierre Bourdieu, e assim perceber os contextos e as conjunturas que precederam o momento histórico atual.

A televisão no Brasil surge em 1950, com a primeira transmissão comercial, em 18 de setembro, da rede Tupi (PRF – 3 TV Tupi- Difusora, canal 3), primeira no Brasil e na América Latina. Antes, porém, foi precedida por algumas transmissões experimentais de caráter fechado. No mundo, já desde a segunda década do século XIX experiências vinham sendo testadas e o uso intensificado se deu após a segunda guerra mundial nos países mais desenvolvidos.

Para estabelecer um parâmetro histórico e contextual de análise, o qual contribuirá para o entendimento das mudanças ocorridas na programação da televisão aberta brasileira e da constituição de seus programas, segue um panorama sobre as fases da televisão brasileira desde a primeira transmissão comercial.

O estudo da periodização da televisão tem passado por diversos enfoques. Capparelli (1997), estuda o tema analisando algumas periodizações as quais "discutem a televisão ora como tecnologia, ora como programas ou linguagens, ora lugar de reprodução do capital". O estudo das fases da TV no Brasil tem basicamente suporte no enfoque da conjuntura político e/ou programacional, em Sérgio Mattos (2002); ou pela lógica da economia política da comunicação, como em César Bolaño (2003) e Valério Brittos (2006).

Este estudo não pretende fazer uma discussão conceitual sobre tais marcos e se limita a situar historicamente as fases do desenvolvimento da televisão no Brasil que apresentam as configurações referentes à programação. Para tanto, toma-se como base, sobretudo, as demarcações de Mattos a fim de organizar

metodologicamente a exposição dos dados, embora esse esforço demande diálogos com os outros autores.

A primeira fase de desenvolvimento da TV no Brasil, de 1950-1964, segundo Mattos (2002), é considerada "elitista", no sentido de que a televisão era ainda objeto de luxo de uma minoria. Concordamos, entretanto com Bolaño (2003) quando analisa que o seu término seria o ano de 1965, tendo como marco não o Golpe militar de 64, mas o ano de ingresso efetivo da TV Globo, que muda a configuração do mercado concorrencial para um modelo mais concentrado e hegemônico.

Esse é um período pouco concorrencial, com grande mobilidade entre as emissoras e cuja produção tem caráter local. No entanto, o aumento no número de aparelhos anunciava que a televisão seria um dos principais bens de consumo do Brasil[42]. Nessa ocasião, havia 200 aparelhos espalhados pela cidade de São Paulo pelo próprio proprietário da rede, Assis Chateaubriand; em final de 1951, estimava-se cerca de 7 mil aparelhos, em São Paulo e Rio de Janeiro; em 1960, 760 mil; em 2008 existem cerca de 65 milhões de aparelhos e a expectativa com a TV digital é que esse número cresça para 80 milhões[43].

Foi uma fase em que as emissoras eram basicamente sustentadas pelos anunciantes, o que levou ao patrocínio direto de uma série de programas cujos títulos levavam a alcunha de seus patrocinadores. Neste período, surge o primeiro telejornal de sucesso junto ao público, O "*Repórter Esso" – TV*, que durou de 1952 a 1970. Fase caracterizada ainda pelo amadorismo e experimentalismo na produção de programas e na gestão administrativa de maneira geral nas primeiras emissoras: TV Tupi - 1950; TV Paulista – 1952; TV Record – 1953; TV Rio – 1955 e TV Excelsior – 1960.

A segunda fase, chamada de "populista", fase da TV de massa, vai de 1964 a 1975, e é marcada pela consolidação do veículo e pela concepção da indústria televisiva no Brasil como uma "indústria madura". Sua implantação e incentivo pelos

---

[42] A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, IBGE, 2005, aponta que o aparelho de televisão é encontrado em 91,4% dos domicílios brasileiros (à frente inclusive da geladeira (88,0%) e do rádio (88,0%). Ainda segundo a pesquisa, a televisão aberta é responsável pela maior receita dos serviços audiovisuais (47,3%%), receita apenas inferior aos serviços de telefonia, a móvel pulou de 6º, em 2004, para o 2º lugar, e atividades de informática, entre os Serviços de Informação. Fonte: http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=933&id_pagina=1.

[43] Ministro das Comunicações Hélio Costa. Disponível em: http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2006/07/06/materia.2006-07-06.4998754189/view

governos também torna-se símbolo de desenvolvimento e da integração nacional. Segundo César Bolaño, em 1965, após a entrada da TV Globo no mercado, inaugura-se "o período de concorrência mais acirrada no setor de televisão no Brasil até hoje" (BOLAÑO, 1988, p. 75).

O ano de 1965 marca também o início efetivo do sistema de redes de televisão no Brasil, propiciado pela distribuição nacional dos programas produzidos em São Paulo e no Rio, por meio do videoteipe, que abrirá a fase precursora da integração do mercado nacional, marca desse segundo período de desenvolvimento da televisão brasileira. Bolaño cita como data simbólica o dia 01/09/1969, quando vai ao ar, pela primeira vez, o *Jornal Nacion*al, inaugurando a era das transmissões em rede.

Marcado por ações desenvolvimentistas dos governos militares e pela censura e autocensura nos veículos de comunicação devido ao regime autoritário instalado no Brasil, este foi um período bastante relevante. Os governos investem na capilaridade da radiodifusão como dispositivo de alcance de uma identidade nacional, ao passo em que articula os instrumentos jurídicos para a atuação no sistema, cuja base foi a implantação do Código Brasileiro de Telecomunicações, em 27/08/62 (decreto 52.026 de 20/05/1963). Cria-se também nesse período a Embratel e depois, em 1967, o Ministério das Comunicações. Em 1968 é inaugurada a Rede Nacional de microondas da Embratel e o sistema de transmissão via satélite.

Tais investimentos promoveram a cooperação entre o governo e as emissoras comerciais a fim de levar o sinal de televisão às regiões de difícil acesso. Eula Cabral (2003, p. 20) nos conta, por exemplo, como essa parceria foi essencial para instalar retransmissoras da TV Amazonas (Rede Amazônica, afiliada da Rede Globo desde 1986), e cobrir o Estado do Amazonas. A estratégia era dividida entre os interessados. Em entrevista à pesquisadora, um dos membros da Rede Amazônica diz que após a autorização da concessão, iniciava-se negociação com as prefeituras para a cessão, ou mesmo compra simbólica, do terreno para as futuras instalações da emissora: "porque nós temos interesse de formar toda a rede e cobrir a nossa Amazônia"[44].

[44] História da Televisão Amazonense. Eula Dantas Taveira Cabral. I Encontro nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 3 a 5/junho/2003. Disponível em: <http://www.redealcar.jornalismo.ufsc.br/anais/gt4_audiovisual/hist%F3ria%20da%20televis%E3o%20amazonense.doc>

Nesse período, de 1967 a 1974, surgem as nove primeiras emissoras públicas ligadas aos governos. A primeira, em 1967, TV Universitária de Pernambuco, vinculada ao MEC. Nesse ano também é adquirida pelo Governo de São Paulo a TV Cultura de SP, fundada como TV comercial em maio de 1960 pelo grupo empresarial Diários e Emissoras Associados. E assim, até 1974 surgem mais sete emissoras: TVE do Amazonas, TVE do Ceará, TVE do Espírito Santo, TVE do Maranhão, TVE do Rio de Janeiro (MEC), TVU do Rio Grande do Norte (MEC), TVE do Rio Grande do Sul.

A terceira fase é chamada por Mattos (2002), de "desenvolvimento tecnológico" e vai de 1976 a 1985. A partir desse momento, com os instrumentos criados na fase anterior, as redes puderam investir na sua ramificação pelo Brasil. Neste período a televisão busca formas de padronizar a programação e consolidar as redes. O *know how* comercial e investimentos financeiros são decisivos para a manutenção dos grupos. No caso da Rede Globo, o investimento de grande capital externo do grupo norte-americano Time/Life foi essencial para seu poderio; já o SBT, que mesmo com uma programação irregular, conseguiu expandir seu sinal e se manter sustentável graças ao capital do grupo Sílvio Santos. Nesse período a TV Tupi é extinta, surge a Bandeirantes, em 1980 e o investimento em anunciantes e na audiência se amplia, bem como a reorganização do mercado. O alto padrão da rede Globo conduz as pequenas empresas a se adaptar aos espaços no mercado deixados pela empresa líder.

A quarta fase, da "transição e da expansão internacional" (1985-1990), é o período em que se melhor define uma linguagem televisiva e em que se amplia a produção de programas com os códigos específicos dessa linguagem e de formas próprias de produção nacional. É também caracterizada pela intensificação da exportação destes programas, embora esta expansão internacional tenha se iniciado já no período anterior, quando em 1976, a telenovela *O Bem Amado* é levada para 17 países da América Latina.

A quinta fase, chamada da "globalização e da TV paga" (1990-2000), é caracterizada pela modernização da TV e adaptação aos novos rumos da redemocratização do país. É seguida da "Convergência e qualidade digital" (2000 em diante), caracterizada pelo desenvolvimento de tecnologias que permitem uma interatividade cada vez maior com outros suportes, como a Internet e outras

tecnologias de informação. Além de concorrer com essas novas modalidades de distribuição audiovisual, cria-se uma interação entre os meios cujo processo de hibridismo ainda está sendo descrito.

É um momento em que a televisão, aberta ou fechada, busca novos rumos, frente a novos contextos: novas regulamentações dos sistemas de comunicação, à mundialização da concorrência, convergência entre os suportes e novas configurações de conteúdos nacionais, globais e regionais.

Estas três últimas fases têm sido descritas por Mattos como fase da "Regionalização da televisão", devido à diversificação na programação e inserção de conteúdos regionalizados. Assim, de 1985 a 2003 as conjunturas técnica e política ampliam as possibilidades de desenvolvimento de canais locais: fim da censura, Constituição de 1988, ampliação de concessões, entrada da TV por assinatura – por satélite e a cabo. A própria constituição de 1988 determina a exibição de programas locais, ao tempo em que as emissoras regionais ganham espaço maior com a TV a cabo. Redes regionais independentes também surgem nesse período, ampliando o acesso das audiências a programas produzidos local e regionalmente.

Por outro lado, a Rede Globo se torna a quarta maior emissora do mundo, atrás apenas das três grandes redes norte-americanas - ABC, CBS e NBC (BAYMA, (2001, p. 149). A implantação do "Padrão Globo de Qualidade" consolidou a emissora como rede nacional, possibilitou a integração dos mercados locais e a sua afirmação no mercado internacional.

Sobretudo na década de 1980, se formou um hiato entre um "Padrão Globo" e um "padrão popularesco" que caracterizou a programação das demais emissoras. Desde a década de 1970, a Globo amplia e reafirma sua posição de líder do mercado, tanto pela ampliação da cobertura quanto pela sofisticação de recursos técnicos e de linguagem televisiva utilizadas nos seus programas. A Globo passa a melhor gerenciar seus produtos, ela própria criando uma segmentação interna com vistas ao mercado. Essa segmentação alternativa foi materializada com o programa *TV Mulher*, em 07/04/1980, e depois *Globo Rural*, *Som Brasil*, *Globo Informática*, *Zero a Seis*, *Globo Profissões*.

Bolaño vê a segmentação, nesse sentido, também como alternativa para as emissoras concorrentes da Rede Globo, a fim de buscar determinado nicho de

mercado, como o fazem a Band com o esporte e a Rede TV com *talk shows* e musicais. O caso da rede Record deve ser observado uma vez que a emissora está investindo fortemente numa programação semelhante à da sua principal concorrente. Observa-se também que as redes abertas na atualidade continuam com uma programação cada vez mais eclética a fim de alcançar públicos distintos.

Outra via de análise dessa fase atual, proposta por Valério Cruz Brittos, é a denominada fase da "multiplicidade de oferta", em que a TV tradicional e a TV segmentada se constituem como concorrentes efetivas no mercado nacional de publicidade e de audiência. Acreditamos, entretanto, que a diversidade dos serviços e da oferta é dada de forma substancial pelos canais abertos, e que a supremacia da televisão aberta é real e efetiva na maioria dos lares brasileiros, e é responsável também pela maior fatia das receitas de mercado. A fase da multiplicidade de oferta refere-se, então, à *possibilidade* de acesso a outros conteúdos e bens culturais simbólicos, pois o acesso *real* é ainda limitado. Nesse sentido, a diversidade de organizações, tecnologias e produtos não necessariamente configura mais democracia e novas lógicas contra-hegemônicas.

A fim de contribuir para uma melhor visualização do presente contexto, pode-se sintetizar as fases de desenvolvimento da televisão brasileira em quatro grandes períodos, a partir das observações feitas por César Bolaño, sobretudo nos trabalhos de 1988 e 1999. Assim:

- Um primeiro momento localizado, que corresponderia à fase elitista proposta por Mattos acima descrita.
- Uma segunda fase iniciada com o marco proposto por Bolaño, e que iria de 1965 a 1980; esta seria uma fase nacionalista da televisão, período em que ela se nacionaliza e massifica, ampliando sua qualidade técnica e abrangência, constituindo-se o meio de comunicação por excelência no Brasil.
- Uma terceira fase correspondente à "Regionalização" em que surge a TV segmentada e inicia-se uma produção local realizada por emissoras independentes, mas também dentro do sistema de redes. A programação

sofre os efeitos de uma “mentalidade-índice-de-audiência” (BOURDIEU, 1997, p. 37).

- E uma quarta fase, da “Multiplicidade de Oferta”, de 1995 até hoje, em que a segmentação aparece em duas vias: por um lado o surgimento da TV segmentada paga, de canais e redes regionais abertos e de outros suportes informacionais; e por outro, a própria especialização da TV aberta, cujas grandes redes investem em programas mais sofisticados e especializados e no aperfeiçoamento das afiliadas.

Este trabalho não se alonga na descrição desses mercados, pois não são estes os objetivos desta pesquisa[45]. O importante é perceber que há uma nova configuração sendo moldada em relação aos meios audiovisuais no Brasil e que poderá alterar significativamente, ou não, os contornos mercadológicos, econômicos e políticos da televisão, a relação entre as emissoras, suas audiências e as dimensões da esfera pública.

5.2 O modelo concentracionista e a regionalização da televisão brasileira

Para se estudar a televisão regional no Brasil faz-se necessário situá-la no contexto da evolução deste meio cada vez mais presente no cotidiano das pessoas. Embora uma abordagem político-econômica não seja preocupação desta pesquisa, será utilizada como suporte uma vez que a televisão brasileira se construiu, de modo *sui generis*, dentro de um modelo comercial e ao mesmo tempo político-eleitoreiro que, embora não seja fator determinante para o estudo sobre a programação

[45] Para um aprofundamento sobre o tema ver, entre outros: BOLAÑO, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão**. Universidade Editora UFS: Aracaju, 1988. BOLAÑO, C. R. S. **Políticas de Comunicação e Economia Política das Telecomunicações no Brasil. convergência, regionalização e reforma**. Aracaju: Editora UFS, 2003. BRITTOS, V. C. (org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova, 2006. CAPPARELLI, S.. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982. MATTOS, S. **História da televisão brasileira: Uma visão econômica, social e política**. Petrópolis: Vozes, 2002. DUARTE, L. G. **É Pagar para Ver. A TV por assinatura em foco**. São Paulo: Summus Ed., 1996.

regional de televisão, moldou o cenário da sua regionalização no âmbito social e cultural.

Cabe salientar que, para uma melhor e mais completa visão da história da televisão no Brasil, outros pesquisadores o fazem, muitos destacando a preponderância do modelo comercial e as vinculações político-eleitoreiras acompanhantes de seu desenvolvimento, que por certo influenciaram as suas características e a sua relação com as audiências. Alguns destes autores estão citados nas páginas seguintes, desde análises mais gerais a contextos mais regionalizados, como referência para situar o objeto em questão, qual seja, o caráter local da televisão, a partir do enfoque de seus conteúdos.

A concentração dos meios de comunicação audiovisual nos setores sociais hegemônicos e oligárquicos é uma característica em toda a América Latina e surge paralelamente aos projetos modernizadores e nacionalistas ocorridos na Região desde a década de 1960. Na Argentina, o debate com o governo e diversos setores sociais acerca de uma nova Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual que substitua a Lei de Radiodifusão, existente desde 1980, está sendo encaminhado apenas agora, em 2008[46]. No Chile, o desenvolvimento da televisão pública também esbarrou em crises políticas e ausência de regulamentação específica, sobretudo na ocasião do golpe de Estado de setembro de 1973, prejudicando o surgimento, segundo Diego Portales (1993), de uma televisão nacional, descentralizada e pluralista.

Essa concentração é ao mesmo tempo geográfica e econômica. Geográfica, pois a centralização da produção, distribuição e consumo cultural está localizada nos grandes centros urbanos, moldando um quadro desigual, sobretudo em relação às diversidades culturais dos países da região, que se apagam diante da visão elitista capitalista. A concentração econômica, por outro lado, se refere ao complexo de relações estabelecidas entre o poder político, econômico e os proprietários dos meios.

Questões sobre a regionalização da televisão no Brasil não são assunto recente, A regionalização ganha notoriedade, ainda que do ponto de vista mais técnico-comercial, frente à privatização da Embratel, à fragmentação do sistema

[46]Tela Viva News, de 09/05/2008. Disponível em: http://www.telaviva.com.br.

Telebrás, e à consequente rearticulação regional das empresas de telecomunicação, aliada à privatização e à abertura do mercado à concorrência. A lei 9.472, de 16 de julho de 1997, separa os serviços de telecomunicações da radiodifusão.

A sociedade, entretanto, tem se organizado para discutir alternativas coletivas reivindicando das instâncias governamentais a democratização dos meios de comunicação, sua liberdade, mas também seu controle no que se refere à implementação de uma televisão de qualidade. Um desses movimentos surge em 1991, o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), formado por representantes de entidades profissionais, acadêmicas e estudantis. O FNDC teve importante contribuição na criação da Lei do Cabo (Lei n. 8977 de 06 de janeiro de 1995) e na criação por força da mesma Lei, do Conselho de Comunicação Social, composto por segmentos sociais participantes do FNDC, o qual deve ser emitir parecer sobre normas e regulamentações sobre a TV a cabo.

Outras regulamentações vêm sendo implementadas com fins de reformar e atualizar a Lei Geral de Telecomunicações, como: a Lei do Audiovisual (Lei 8.685/93), de apoio às produções independentes; a Lei Rouanet (Lei 8.313/91), conhecida também como Lei federal de Incetivo à Cultura, lei que cria mecanismos de incentivos aos investimentos culturais; a Lei do Cabo (Lei nº 8977 de 1995) e o Projeto de Lei 29/2007, em tramitação no Congresso Nacional, que cria novas regras para o setor de TV por assinatura, serviços a serem denominados de “acesso condicionado” e para a produção, programação e distribuição de conteúdos. São ações que destacam, sobretudo o sistema de capital, incentivos à produção audiovisual regional e independente, bem como o caráter ético e regionalizado dos programas de televisão.

Um dos recentes incentivos à produção local mais específico é *o Programa Nacional de Estímulo à Parceria entre a Produção Independente e a Televisão,* criado por meio da Portaria nº 19, publicada no Diário Oficial da União do dia 7 de maio de 2008 (Seção 1, página 18), cujos objetivos baseiam-se em ampliar a articulação da produção independente com emissoras de televisões abertas, pagas, públicas ou privadas e, assim, promover o acesso da população brasileira a uma diversidade maior de obras audiovisuais nacionais, com a possibilidade de “desengessar” a grade das emissoras por meio da produção independente, uma

possibilidade de melhorar a qualidade da programação com novos olhares sobre a cultura brasileira.

O primeiro projeto beneficiado pelo programa de incentivo à parceria entre emissoras de televisão abertas e produtoras independentes foi o telefilme *Uns Braços*, exibido pela Rede Record e orçado em cerca de R$ 600 mil. Trata-se da adaptação de conto homônimo de Machado de Assis, e que foi inteiramente pago pelo incentivo fiscal.

De forma geral, o modelo de regulação da radiodifusão no Brasil, a partir dos anos 1960, é um modelo nacionalista e concentracionista cujo sistema de concessões constituiu um elemento de "poder e de troca" entre o Governo Federal e o setor privado. Para exemplificar a dimensão da participação de famílias e setores políticos no mercado audiovisual brasileiro, numa forma generalizada do chamado "coronelismo eletrônico", cabe sublinhar que no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), até setembro de 1996, foram autorizadas 1.848 licenças de RTV, repetidoras de televisão, sendo que 268 para entidades ou empresas controladas por 87 políticos, todos favoráveis à emenda da reeleição de Fernando Henrique Cardoso (BAYMA, 2001, p. 141).

De acordo com Bolaño (2003, p. 34), os objetivos da reforma visaram garantir uma concorrência produtiva e universalizar os serviços fazendo os recursos centralizarem-se em suas regiões. O modelo das telecomunicações surgido no Brasil teve forte controle do Estado. No sistema Telebrás, *holding* que agregava uma empresa pública ligada a cada unidade da federação, articulava-se o nacional/regional: desde políticas tarifárias até a nomeação dos diretores das empresas de telecomunicações, todo processo estava agregado a negociações políticas, sobretudo no governo José Sarney (1985-1988), no início da redemocratização do Brasil.

No caso da televisão, o sistema de concessões públicas de sinal caracteriza-se essencialmente pela politização. A estrutura de oligopólios privados e sistema de afiliadas de grandes redes comprometem esta insurgente democracia, resultando numa produção altamente centralizada.

> A competitividade internacional das grandes redes brasileiras, especialmente a Globo, atesta o sucesso do modelo, do ponto de vista econômico, mas esconde o fracasso do sistema educativo estatal e das emissoras locais, essencialmente limitadas à condição de retransmissoras (BOLAÑO, 2003, p. 34).

É comum nos Estados brasileiros que o controle político dos meios de comunicação notadamente seja majoritário, em maiores ou menores proporções. Em Sergipe, por exemplo, atualmente, apenas um veículo não está ligado a bases políticas, geralmente familiares, do Estado. Por outro lado, os grupos mais fortes historicamente estiveram ligados aos governos situacionais. Em 1998, os atores políticos participavam diretamente na direção da maioria das empresas de comunicação de Sergipe (FRANCISCATO, 1998, pp. 95-97): das 10 emissoras de rádio OM comerciais registradas, nove tinham atores políticos entre seus proprietários; das 15 emissoras de rádio FM, 13 tinha atores políticos em seus quadros sociais; e as três emissoras comerciais de televisão aberta eram de propriedade de grupos familiares vinculados ao poder político. Uma delas foi vendida para o grupo religioso Canção Nova.

Regionalmente a presença de grupos políticos tem se constituído ainda mais forte, tendo em vista a localidade das relações sociais e produtivas e dessa forma os constrangimentos são mais acentuados porque mais próximos. Conforme explicitou Carlos Franciscato (1998), os constrangimentos no exercício do jornalismo são frequentes. A presença política na construção das notícias ocorreria por meio de quatro situações: (1) na aplicação de critérios de seletividade de assuntos e fontes de informação; (2) nas formas de apuração jornalística dos eventos; (3) na hierarquização e (4) enquadramento dos temas políticos. Constrangimentos que atuam também em conjunto, mas levando em conta a margem de autonomia profissional do jornalista, pois este é um campo heterogêneo, “um espaço de forças em disputa”.

O sistema de redes se transformou em oligopólios do rádio e da televisão no Brasil em que a concentração de propriedade, a qual supera muitos países, é percebida de diversas formas, seja por região, Estado da federação, ou por fortes grupos econômicos, geralmente familiares. Em 1994, segundo cita Cristine Fort (2005, p. 45), nove famílias eram detentoras dos principais veículos de comunicação no Brasil. Na radiodifusão destacam-se: família Marinho (rede Globo); família

Abravanel (SBT); família Saad (grupo Bandeirantes); família Bloch (Manchete). Além dos grupos locais dos quais se destacam a família Sirotsky (RBS/RS) além dos grupos estaduais que mantém jornais impressos, emissoras de rádio e televisão sob o seu comando.

Entretanto, percebe-se que o sistema de redes tem um papel preponderante na forma como a televisão aberta chega às audiências. Segundo dados apresentados por Bayma (2001, p. 148), os Estados de São Paulo e Paraná, por exemplo, concentravam em 2001 15% e 10%, respectivamente, das emissoras de TV no Brasil, ao passo que nos Estados das regiões Norte e Nordeste este percentual tem média de 2%.

Outro exemplo é o caso da Rede Globo que apresenta alta concentração horizontal e também vertical no mercado, ou seja, concentra a propriedade de diferentes tipos de meios de comunicação. Entre 1965 e 2000, o grupo passou de detentor de uma única concessão de televisão, no Rio de Janeiro, para 11 emissoras no Estado de São Paulo, oito no Paraná, sete em Minas, quatro no Rio de Janeiro**,** uma em Brasília e uma em Recife.

Apesar de o momento sinalizar mudanças na teledifusão brasileira, criando um clima concorrencial mais acirrado, Lima apresenta-se cauteloso, pois, segundo ele, o processo de concentração da propriedade e de manutenção de velhas estruturas familiares e de elites políticas tende a se manter, ou até se fortalecer tendo em vista o crescimento da presença de igrejas no setor de comunicações, “que pode se constituir uma ameaça concreta, não só para a liberdade de expressão, mas para a própria democracia no Brasil” (LIMA, 2001, p. 114).

Notadamente alguns grupos regionais estão ampliando sua participação no mercado. É o caso do grupo RBS que mantém duas emissoras abertas na Região Sul: a RBS, afiliada à Rede Globo, e a TV COM. No Ceará, o grupo Edson Queiroz, proprietário entre outros negócios da também afiliada à Globo, a TV Verdes Mares, e da independente TV Diário também mantém os maiores índices de audiência do Estado. As Organizações Jaime Câmara (OJC), no Centro-Oeste, com duas emissoras afiliadas à Rede Globo nos Estados do Goiás e Tocantins, e a Rede Amazônica, que cobre os Estados do Amazonas, Amapá, Acre, Rondônia e Roraima, também ligada à Rede Globo, abrangem parte da Região Centro-Oeste e a quase totalidade da Região Norte do Brasil. Ou seja, o que se percebe é uma nova

forma de concentração de propriedades, o que não garante necessariamente o pluralismo, mas pode ampliar a possibilidade de dinamização dos conteúdos locais e regionais.

Com esse quadro em análise, observa-se que as redes regionais fortes estão em sua maioria filiadas à Rede Globo. É uma situação emblemática que a torna o canal mais assistido em todo o Brasil, construindo um quadro muito pouco aberto a mudanças. Nesse sentido, as mudanças significativas na estrutura desse modelo são lentas. E se agrava, pois a estrutura empresarial e política dos meios de comunicação, cuja base são grupos econômicos familiares fortes, a maioria líderes políticos de suas regiões, além de impedir "a formação de partidos com papel de instituições capazes de organizar e dar direção ao processo político", compromete a democracia e o uso plural da televisão (FRANCISCATO, 1998, p. 83-85).

Tais grupos ainda preservam práticas clientelistas por meio, inclusive, do uso dos recursos das administrações públicas, como estratégia de conquistar força política, aliado à frágil identidade político-ideológica dos partidos, e a repetição de lógicas dominantes de concessão de benefícios e favores.

Em suma, a alteração do cenário televisivo baseado no modelo oligopólico e centralizado nas cabeças de rede nos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo, mesmo com as redes locais comprometidas com as grandes redes, tem ocorrido de forma lenta, mas não despercebida.

No quadro de mudanças desse contexto, além da regulamentação do setor, encontram-se: a melhoria da renda da população, o que garante uma qualificação melhor dos públicos por meio da facilidade de aquisição de produtos culturais diferenciados; as inovações tecnológicas ocorridas nos últimos anos, como a difusão da internet, o sistema a cabo e, no futuro, as possibilidades oferecidas pela televisão digital; e o crescimento de emissoras independentes, como as universitárias, canais comunitários, religiosos e outras emissoras abertas localizadas e independentes das grandes redes.

O cenário regional de televisão, portanto, está se reorganizando em torno dos contextos acima apresentados, os quais apontam para a construção de novos modelos de transmissão, programação e interatividade nos serviços de audiovisual. Ao analisar o desenvolvimento do setor audiovisual, Capparelli (1996) cita os

conflitos de tecnologias no percurso entre nova e velha gerações de televisão, por meio da classificação de quatro gerações de audiovisuais dentro das indústrias culturais**:** cinema; televisão massiva (*broadcasting*); televisão a cabo, fragmentada; e televisão interativa.

Segundo sua análise, a segunda geração, TV massiva, irrigou o sistema da terceira geração "tornando-se um de seus fragmentos", um modelo considerado esgotado pelo autor. A evidência é a busca por novos caminhos nas redes de televisão aberta. Entre eles está o fortalecimento dos canais afiliados locais e a segmentação da programação em outros canais abertos. Contudo, apesar do surgimento de um novo recomunitarismo, da valorização do local e das culturas tradicionais, a lógica de mercado é balizante na configuração de uma televisão regional no Brasil.

De uma maneira geral, portanto,

> o crescimento da mídia local se deve às modificações no cenário dos meios de comunicação, motivadas pela valorização do local, tanto enquanto ambiente de ação político-comunicativa cotidiana, como pela oportunidade mercadológica que ele representa (PERUZZO, 2003, p. 2).

Esta é uma relação recíproca: por um lado, as emissoras regionais afiliam-se às grandes redes de penetração nacional para garantir liderança e força local, negociando apenas as brechas da grade com programação local e, sobretudo, o espaço publicitário, geralmente dividido meio a meio com a rede. Isso permite à emissora-mãe chegar a quase todo território nacional, mas também, conforme analisamos acima, possibilita a formação de redes regionais mais fortes. A própria Rede Globo incentiva a qualidade de suas afiliadas, por meio do seu "Padrão de Qualidade" e de projetos como o "Projeto Regional do Futuro", implantado em 1998.

As cobranças sociais, a profissionalização e modernização da produção das emissoras locais são alguns dos fatores que têm proporcionado uma mudança de enfoque na televisão aberta, que está em busca de um novo modelo de gestão. Veremos que, embora não configure regra, este processo demonstra a necessidade de mudança de estratégia pelas grandes redes de televisão, quer seja devido às questões de mercado quer devido aos novos contextos sócio-culturais.

Por outro lado, pesquisadores como Capparelli (1996, p. 83) acreditam que a televisão aberta continuará majoritária no cotidiano dos brasileiros, mesmo com o mercado audiovisual saturado, por vários fatores, sobretudo a desigualdade da distribuição de renda no país, “pois a maioria dos telespectadores não tem condições de pagar uma assinatura que custa a metade de um salário mínimo”.

5.3 A TV Pública

Neste tópico, um *parêntesis* salutar trata da história da televisão pública no Brasil. Com base no atrelamento aos governos, seu desenvolvimento foi permeado por crises político-administrativas e mesmo de sua própria identidade e função social. Mas cabe um destaque especial tendo em vista que se espera da televisão pública, cultural ou educativa, que ela espelhe o cotidiano e as demandas da população, e por meio da diversidade cultural veiculada na tela da TV e da participação plural na produção dos programas, o respeito às diferenças seja realçado, com isso a cooperação entre os povos e a conquista da cidadania.

A história da TV pública no Brasil vem transitando de um modelo estatal para o modelo cultural e educativo que busque um novo sentido para o termo público. Como pano de fundo deste contexto está a busca de uma identidade, revelada, por exemplo, na história da TV Cultura de São Paulo e da TVE do Rio de Janeiro. Processo este que perdura até hoje, após a criação da TV Brasil (FROTA NETO, 1993; LEAL FILHO, 1988).

Um dos aspectos que os produtores e responsáveis pelas emissoras públicas destacavam é o fato de estas emissoras não necessariamente ter interesse em disputar audiência com as tevês comerciais. Entretanto, ao mesmo tempo buscava-se um modelo de programação capaz de atrair as audiências. Laurindo Leal Filho (1988), ao analisar a história da TV Cultura de São Paulo, evidencia um contexto que pode ser ampliado para as demais emissoras vinculadas aos governos estaduais ou federal. Para o autor, a TV pública constitui um caldeirão em que estão relacionados ingredientes diversos e muitas vezes antagônicos como cultura de

massa e cultura elitista, autoritarismos, ideologismos, ingerências político-eleitoreiras, paternalismos e formas de resistência.

A maior dessas contradições talvez seja o fato de muitos objetivos de uma televisão pública não serem os mesmos do flutuante sistema governamental. Para Cristine Fort (2005), a TV pública deve constituir um campo de "elaboração audiovisual das bases comuns da Cultura Nacional". Bases que, contudo, devem evidenciar as práticas sociais locais e os valores coletivos específicos de cada região, pois a cultura nacional é na verdade a articulação das diferenças regionais e locais e da complexidade geopolítica e cultural do país.

Nesse sentido, o próprio conceito de TV pública no Brasil tem sido posto em destaque por meio de mudanças estruturais visando minimizar as suas contradições inerentes em torno de um perfil, as quais abarcam questões referentes à programação, financiamento, regulamentação entre outras. Alguns eventos marcaram propostas com vistas a regular a TV pública. Um deles foi a criação da Funtevê (Fundação Nacional de Televisão) e a constituição da Rede Pública de Televisão (RPTV). O segundo, a criação da TV Brasil, em 2008, que demonstra ser um projeto mais maduro o qual garante mais participação da sociedade civil nas decisões da emissora. A sociedade civil também busca discutir as bases legais e alternativas para desentravar o desempenho da maioria das emissoras públicas no Brasil, por meio, sobretudo, da realização do Fórum Nacional de TV's públicas, em 2007 e em 2009.

As primeiras emissoras públicas ligadas ao Estado[47] surgiram na década de 1960 com o objetivo de formar uma rede educativa complementar à escola ou

[47] A primeira emissora educativa, TV Universitária de Pernambuco, vinculada ao Ministério da Cultura, surge em 1967. A TV Educativa do Rio também foi criada em 1967, mas iniciando suas transmissões em 1973.
Neste intervalo, de 1967 a 1974 surgem mais oito emissoras públicas: TVE do Amazonas, TVE do Ceará, TVE do Espírito Santo, TVE do Maranhão, TVU do RN (MEC), TVE do RS, TV Cultura de SP (privada). A TV Cultura foi inaugurada pelo grupo Diários e Emissoras Associados, em São Paulo, em setembro de 1960, e adquirida em 1967 pela Fundação Padre Anchieta, pertencente ao Governo deste Estado, indo ao ar como emissora pública em 1969. A emissora surge no auge de um desenvolvimento econômico imposto pelo golpe militar de 1964: reagrupamento de empresas brasileiras e estrangeiras, nova "concepção de interdependência econômica, política, cultural e militar, na América Latina e com os Estados Unidos" (LEAL FILHO, 1988: 31). De maneira geral até os anos 1980 as tevês educativas priorizaram programas educativos. Ceará, Maranhão e Rio Grande do Norte dedicaram-se a programas didáticos, TV Cultura de SP ao ensino supletivo e em 1969 criam o Madureza ginasial que passa a ser telecurso do 2º grau em 1978. Para Mônica Fort (2005) a criação da Abepec, em 1997, cujas emissoras integrantes criaram em 1988 a rede Pública de Televisão (RTTV), moldou uma nova fase da programação das emissoras públicas, voltada esta para

mesmo substituindo-a. Objetivos que foram levados também para a TV comercial, como a parceria de governos com a Rede Globo por meio da exibição de telecursos, veiculados até a atualidade.

Em 1988 havia 24 emissoras governamentais/oficiais/não privadas:

1. TV Aldeia/Rio Branco/RR;
2. TV Alagoas
3. TVE Amazonas
4. TVE Bahia
5. TVE Ceará
6. TVE do Espírito Santo
7. TVE Imperatriz/MA
8. TVE do Maranhão
9. TVE dos Lagos, Alfenas/MG
10. TVE Minas – Rede Minas Cultural e Educativa
11. TVE Pio XII de Juiz de Fora/MG
12. TV Universitária de Uberaba/MG
13. TV Universitária de Uberlândia/MG
14. TVE do Mato Grosso do Sul
15. TV Cultura do Pará
16. TVE de Pernambuco
17. TVE do Piauí
18. TVE do Paraná

---

a diversidade e temas. As emissoras, em geral, não mais mantém caráter extremamente educativo em sua programação, mas também investe em programas jornalísticos, culturais e de entretenimento. Nesse sentido, para a autora, a TV Pública deve cumprir um papel de "elaboração audiovisual das bases comuns da Cultura Nacional, sobre as quais se articulam as diferenças regionais e locais e a complexidade geopolítica e cultural da nação, tanto nas práticas sociais, como dos valores coletivos" (FORT, 2005, pp 100-101). (C.f.: FORT, M. C. **Televisão Educativa. A responsabilidade pública e as preferências do espectador**. São Paulo: Annablume, 2005. LEAL FILHO, L. **Atrás das câmeras. Relações entre cultura, Estado e televisão**. São Paulo: Summus Editorial, 1988. FROTA NETO, A. **Comunicação no poder e TV comunitária**. Porto Alegre: Rígel, 1993).

19. TV Búzios, Cabo Frio/RJ
20. TVE do Rio Grande do Norte
21. TVE Madeira-Mamoré/ Porto Velho/RO
22. TVE do Rio Grande do Sul
23. TV Aperipê, Sergipe
24. TV Cultura de São Paulo

A implantação de uma chamada racionalidade capitalista faz deste período um momento fértil da implantação de uma rede de televisão estatal no Brasil. De 1968 a 1970 a Embratel instala 24 centros de TV em grandes cidades do país a fim de formar uma rede integrada de televisão Educativa. Os governos defendiam a modernização política e social da nação como forma de manter a integridade territorial. Iniciam-se investimentos estatais para esse fim com a expansão da radiodifusão pelo interior do Brasil mesmo em regiões pouco atrativas comercialmente para a iniciativa privada.

Alguns casos servem de exemplo de parte das estratégias do Governo para ampliar a radiodifusão no Brasil, em que a iniciativa privada caminha ao lado da iniciativa pública. Para Leal Filho (1988, p. 34), um deles foi a forma como o acordo irregular entre a Globo e o grupo norte-americano Time/Life se realizou, sem a intervenção efetiva do governo, pois “era uma peça-chave na sustentação do novo modelo econômico”. Ou ainda o caso da compra da TV Cultura pela Fundação Padre Anchieta, pertencente ao Governo do Estado, em 1967, em cujo documento informando dados da concorrência para a compra de uma televisão o Governo demarcava o valor exato de 3 milhões e 400 mil cruzeiros novos.

Um dos pontos críticos da TV Cultura, segundo o autor, era a indefinição de uma identidade, que se traduziu no vaivém de propostas de programação, alternadas entre o elitismo cultural, o popular e o “popularesco”. A maior parte das emissoras públicas vive essas mudanças que, aliadas a “sucatização” de seus equipamentos, formou um quadro de pouca produção de maneira geral no final dos anos 1980.

Um caso diferencial pode ser citado, a TVE do Rio de Janeiro, pois ela já surge com um caráter educativo e programação de nível erudito e cultural estipulados pelo termo de doação ao Ministério da Educação e Saúde da rádio Sociedade do Rio de Janeiro (Rádio MEC), em 1936, por Edgar Roquette Pinto. O acordo previa impedimentos à comercialização, e a manutenção das características educacionais da rádio. A TV Educativa do Rio foi criada em 1967, iniciando as transmissões em 1973.

O processo de criação de controles sobre as emissoras de radiodifusão sob o poder dos governos se efetiva nos anos 1970. A Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás) é criada por força da Lei 6301, de 15 de dezembro de 1975 para centralizar o controle das emissoras federais. Praticamente cada ministério tinha sua própria rádio e cada Estado uma emissora de televisão. No parágrafo primeiro do Artigo 1º da Lei é evidente os objetivos finais da criação da rede:

> As emissoras da RADIOBRÁS deverão operar dentro de elevados padrões técnicos e propiciar a cobertura necessária para atender sobretudo às regiões de baixa densidade demográfica e reduzido interesse comercial, e às localidades julgadas estrategicamente importantes para a integração nacional.

Paralelo a isso, o Ministério da Educação e Cultura do Governo Federal (MEC) cria em outubro de 1981 a Funtevê, a fim de controlar melhor a TV Educativa do Rio de Janeiro e a Rádio MEC e influenciar as emissoras universitárias federais ligadas à sua insígnia. A transformação da maioria das emissoras estatais em fundações também facilitou uma gestão mais independente do poder local. Entretanto, outras formas de intervenção continuaram existindo, como questões de financiamento. No período mais recente, de 2000 a 2003, o governo de São Paulo promoveu cortes orçamentários na Fundação Padre Anchieta, levando a TV Cultura a mais uma crise (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 127).

A Funtevê tinha sob seu controle o Sistema de Rádio Educativa Roquette Pinto (1 FM, 2 AM, 4 OC) e O sistema de TV com duas geradoras (TV Educativa de Rio de Janeiro e o Centro de Televisão Educativa do Nordeste – CTVNE, em São Luis/MA.). Em 1982 é criado o Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa (Sinred), antes Sistema Nacional de Televisão Educativa (Sinted). A TV Educativa,

como TV Escola, funcionava na prática em três Estados: Rio Grande do Norte, Maranhão e Ceará.

Contudo, esse é um cenário de pouca liberdade de produção dessas emissoras, vítimas da permanente disputa de poder, no âmbito das TVs educativas, entre as esferas dos governos federal e estaduais e entre os órgãos e fundações. O controle estatal era evidente: como a demissão de praticamente toda a equipe de jornalismo da TV Cultura a qual desenvolvia um jornalismo efetivo e que alcançava bons níveis de audiência. A lógica do sistema não poderia sobreviver. Converge para uma crise de maneira geral, econômica, financeira, técnica e política, nas emissoras e em seus órgãos regulatórios. A crise da Funtevê, em 1988, por exemplo, foi reflexo da crise nacional.

A criação da Associação Brasileira de Emissoras Públicas (Abepec), em 1997, e da Rede Pública de Televisão (RTTV), a Rede Brasil, em 1999, entre outras características, minou os conflitos entre a TV Cultura e a TVE do Rio de Janeiro e assegurou uma programação perene e em rede para as emissoras públicas e estatais propiciando ainda espaços para programas locais. A Funtevê montou duas estruturas de emissão nos estúdios da TVE: uma para a programação da TVE e outra para a Rede Brasil, cuja programação era 60% originada da primeira.

Essa estruturação, entretanto não significou garantia de qualidade dos programas nem ampliação das produções locais, entre outros fatores devido à permanência do controle do Estado sobre a maioria das emissoras estatais nos Estados e devido à falta de recursos financeiros e investimentos para compor um quadro profissional competente e condições técnicas mais atualizadas.

Segundo dados sobre programação da Abepec, divulgados em setembro de 2007, a média de produção local das 24 emissoras que retransmitiam a Rede Brasil ocupou 19,79% da programação da TV Brasil. Destas emissoras, 18 eram filiadas à Abepec. Entretanto, a concentração em algumas emissoras é sintoma da desigualdade da produção audiovisual do país. As emissoras com maior produção local em relação à programação efetiva de cada emissora, de acordo com as fontes citadas, são: TVE Paraná (57,80%), TV Ceará (55,36%), TV Miramar da Paraíba (49,43%), TV Nacional (44,94%), Rede Minas (35,97%), TVE do Rio grande do Sul (30,70%), TV Palmas/TO (30,18%) TV Cultura Pará (27,34%), TVE Bahia (27,08%), TVE Pernambuco (24,79%).

O ano de 2008 marca o surgimento de uma nova fase da televisão pública a partir da criação da TV Brasil, primeiro canal público nacional de televisão, cuja transmissão inicia-se em dezembro de 2007, juntamente com o início oficial das transmissões da TV digital no Brasil. A Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada pelo decreto n. 6.246, de 25 de outubro de 2007, responsável pela gestão do canal, foi constituída pela união do patrimônio da Radiobrás e da Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto (Acerp).

Embora seja concebida como empresa pública e estar vinculada à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, a EBC tem gestão independente. O diferencial em relação ao modelo vigente até então é a autonomia dada pelo decreto no que se refere à definição de produção, programação e distribuição de conteúdos, bem como pela formação de um conselho curador, com mandatos temporários que variam de dois a quatro anos, com ou sem possibilidade de recondução, e do qual fazem parte: quatro representantes do Governo Federal, um funcionário do canal e, majoritariamente, 15 membros de organizações da sociedade civil. Além disso, abre-se à entrada de recursos financeiros externos, o que pode contribuir para a sustentabilidade da rede.

A TV Brasil torna-se uma esperança de garantir mais acesso pela população a uma programação de qualidade, que represente o Brasil na TV aberta. E é nessa possibilidade de acesso que visões estereotipadas das diferenças culturais possam se transformar em trocas de experiências cotidianas, pelo acesso livre e igual, contudo diferenciado, à informação e ao entretenimento para todas as pessoas.

A primeira recomendação do Conselho Curador da EBC, reunido em 15 de janeiro de 2008, sobre a programação da TV Brasil, diz:

> A TV Brasil, como princípio, deverá cumprir sempre a regra de pluralidade de versões em sua programação, tanto no que diz respeito a programas que ela mesma produz como em relação a produtos de terceiros que decida veicular[48].

[48] Disponível em: http://www.tvbrasil.org.br/institucional/estatuto.asp. Acesso em maio de 2008.

Contudo, alerta o pesquisador Venício de Lima[49], a independência do sistema público de televisão deve ser uma conquista diária, tendo em vista a longa tradição político-partidária que acompanha o país, na vida cotidiana e nos órgãos públicos, e por isso é preciso "ter uma vigilância permanente da cidadania para manter a independência necessária ao bom funcionamento do sistema", diz o pesquisador.

Para finalizar, é interessante citar que tentativas de intervenção da sociedade civil nas tevês estatais acompanham sua história. O jornalista Vladimir Herzog, que esteve na direção do Departamento de jornalismo da TV Cultura até 1974, assim avaliava as características da TV Cultura de São Paulo: "indefinição de objetivos; desconhecimento do público a que se dirige; amadorismo na escolha de temas e na própria realização dos programas; alto grau de elitismo, levando a índices de audiência praticamente nulos", e complementava anunciando aspectos do que considerava uma programação popular na televisão (LEAL FILHO, 1988, p. 55).

Conforme cita o autor, para Herzog, o jornalismo em rádio e TV deveria ser um instrumento de diálogo, espelhando "os problemas, esperanças, tristezas e angústias das pessoas", uma emissora de governo não deve ter atitude servil, e é necessário investir nos recursos técnicos e na diversificação dos formatos noticiosos, levando em conta os públicos em cada horário.

5.4. O regional e o local na programação da televisão aberta no Brasil

5.4.1 Aspectos Gerais

A programação regional e local ou regionalizada na televisão aberta no Brasil, obviamente, sofre as influências e as conformações político-empresariais que marcam o desenvolvimento da televisão no país. Pontuaremos a partir de agora, as principais características da programação aberta, a produção local de programas e a

[49]Entrevista concedida à Rádio Nacional em 9 de maio de 2007. Disponível em: http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/05/09/materia.2007-05-09.7707765921/view. Acesso em maio de 2008.

regionalização de temáticas pelas redes, a partir do enfoque na periodização da televisão no Brasil.

Uma primeira observação, mais geral, a se fazer é o fato de a televisão no Brasil ter referência basicamente no modelo norte-americano de televisão tornando o entretenimento seu forte. A outra observação é a preponderância da rede Globo nos índices de audiência. Fazendo o cruzamento dessas duas observações, nos últimos anos, as pesquisas sobre os 10 programas mais assistidos tem variado pouco. Todos são da Rede Globo.

A preponderância dos programas de entretenimento, com destaque para a novela das 20 horas, que em 2007 alcançava o primeiro lugar em audiência na televisão aberta no Brasil, é um dado surpreendente, pois em alguns lugares, como em Macapá, as cinco novelas diárias exibidas pela emissora constam entre os 10 programas de maior audiência[50].

Pesquisa de Sandra Reimão (REIMÃO, 2000, p. 59-80) sobre a programação das redes de TV aberta em São Paulo, ainda no ano de 1998, também aponta para a preponderância do entretenimento. A pesquisadora acompanhou no período de uma semana, no horário das 20 às 22h, a programação das sete redes abertas na época: TV Cultura, SBT, Globo, Record, Manchete, CNT/Gazeta e BAND.

A distribuição aproximada por categoria de programação encontrada foi a seguinte:

- Entretenimento: 43 horas e 30 minutos

- Misto entretenimento/informação: 26 horas

- Informativo: 22 horas

- Especial: 5h e 30 min

- Educativo: 1 h

Nota-se que o gênero de entretenimento telenovela foi o mais presente. Quatro emissoras incluíam telenovelas: SBT, Globo (esta com duas no horário), Record e Manchete. A presença do informativo refere-se aos telejornais noturnos durante todos os dias da semana, exceto aos sábados e domingos na CNT e aos

[50] Fonte: Pesquisa Mercados especiais –Ibope. Disponível em http://comercial.redeglobo.com.br/atlas2004/index.php

domingos nos demais canais. Um padrão de jornalismo está sendo implantado e seguido desde a década de 1970, moldado pelo Padrão Globo de Qualidade.

Abaixo, duas citações institucionais que mostram a atenção prioritária dada pelos canais de televisão ao entretenimento:

> São 105 emissoras que cobrem mais de 95% do território nacional, uma programação diversificada com ***24 horas de entretenimento*** para adultos e crianças (Rede SBT. Disponível em: http://www.sbt.com.br/institucional.asp. Acesso em março de 2008). Grifo nosso.

> Assim, o espectador que assiste à TV Diário tem, além de ***divertimento garantido***, notícias atualizadas e serviços, como em nenhuma outra emissora do Nordeste. (TV Diário, Ceará. Disponível em: http://verdesmares.globo.com/tvdiario//. Acesso em outubro de 2007). Grifo nosso.

A pesquisa de Sandra Reimão confirma ainda a presença efetiva de produções nacionais em relação às estrangeiras: cerca de 9% dos programas veiculados eram estrangeiros. No total de 98 horas, apenas 8 horas e 50 minutos eram de produção estrangeira (Manchete, com desenho animado japonês e filmes). No horário nobre a programação local tem preponderância devido aos telejornais locais e telenovelas, que em sua maioria é produção nacional. A partir dessas observações, destaca-se a presença da programação local e regional apenas no telejornalismo. Contudo, é importante destacar que a programação da televisão brasileira é cada vez mais nacional. Embora se destacam os formatos produzidos por empresas estrangeiras, muitos deles são adaptados para o nosso público e nossa cultura (como *CQC,* da Rede BAND, ou mesmo *Big Brother Brasil,* da Rede Globo). Vale ressaltar que o fato de a televisão no Brasil apresentar produção mais nacional não significa que ela represente todo o país em sua tela, mas já é um espaço de inserção de uma agenda de debates sobre a nação (questões que partem do espaço privado para o público como narrativas de nação) (VASSALLO DE LOPES; FREIRE, 2008).

Outra pesquisa realizada em 2002 e 2003 (FORT, 2005), identifica programas potenciais destacados por espectadores. Na pesquisa com grupos focais, Cristine Fort buscou identificar espectadores em potencial e suas expectativas quanto à programação televisiva da tevê educativa. Foram aplicados 440 questionários, com

pessoas acima de 18 anos. Desse grupo, 30% alegou ter TV por assinatura em casa. As temáticas preferenciais foram: informação; cultura e história local; o folclore; a cultura regional; o turismo; a música; a teledramaturgia (novelas, minisséries e séries). Cabe salientar que o público pesquisado pela autora, pessoas na maioria com nível superior de Curitiba/Paraná, corresponde a um local e a um tipo de público específico, cujos resultados devem ser tomados como um modelo ideal e de forma cuidadosa.

Os grupos ainda opinaram sobre os aspectos negativos da programação. Para a maioria, deve haver redução dos programas de auditório que exploram o grotesco, da violência, do apelo ao sexo em horários inadequados (entre 19 e 22 horas). Este é um dado interessante uma vez que se considera esta parte do dia um horário possível de ter crianças assistindo a TV, é o chamado horário nobre em que se convencionou como o momento em que a família se reúne em casa, frente à televisão.

Dado interessante em relação às emissoras assistidas é a presença da TV Educativa em segundo lugar, já que os índices de audiência não apontam a rede pública como segundo lugar em audiência no geral da programação nacional. Por outro lado, apesar de se ter preferência pela programação da TV Globo, a maioria relatou não ter total satisfação com a programação do canal.

A programação da TV aberta tem preponderância em audiência mesmo nos lares de maior renda e com acesso a outros meios culturais. Tanto os programas quanto as emissoras assistidas e os índices de audiência apontam para a primazia da TV aberta no Brasil.

Outros dados mostram que dos cinco programas mais assistidos nas principais redes de televisão aberta, em 2001 e 2002, ganham destaque: na Rede Globo, a novela *O Clone*, o *Jornal Nacional* e o *reality show Big Brother*; na Rede Record o programa de auditório/show *Raul Gil* (atualmente na BAND), o noticiário policial *Cidade Alerta* e o programa de variedades *Domingo da Gente*; e no SBT, o *reality show Casa dos Artistas*, o programa de auditório *Sílvio Santos* e o perguntas e respostas *Show do Milhão*. (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 102).

Os dados acima mostram como a programação da televisão no Brasil é heterogênea e cheia de contrastes, embora existam formas alternativas, mesmo dentro do modelo comercial.

> Voltada principalmente para o entretenimento, a programação da TV brasileira, no que diz respeito à sua identidade e qualidade é, como o país, um lugar de contrastes. Encontram-se, por um lado, por exemplo, estruturas narrativas com identidade própria como a telenovela brasileira e, por outro, cópias degradadas de programas de auditório repletos de competições infantilóides; encontram-se, por um lado, adaptações de clássicos da literatura nacional filmadas com sofisticação e técnicas cinematográficas e, por outro, programas que exploram sofrimentos, misérias e doenças de pessoas das classes menos favorecidas (REIMÃO, 2005, p. 63).

Portanto, a programação não é e nem pode ser estática, ela deve seguir os contextos sócio-históricos que por sua vez também são dinâmicos. As informações esportivas, por exemplo, tem ganhado um destaque crescente desde a década de 1970, cuja ocupação nas grades passou de 5% em 1978 para 12,83% em 1997. E continua nos anos 2000, em que as transmissões ao vivo ganharam também dias e horários que se tornaram também hábitos televisivos, os quais moldam mesmo as próprias relações cotidianas e agendam os temas discutidos nos grupos sociais. A própria dramaturgia também alterou suas características abordando temas sociais ou mesmo construindo personagens que “saltam” para a vida cotidiana das pessoas.

E cada vez mais se destacam a familiaridade e a afetividade na relação da televisão com seus públicos. Valerio Fuenzalida (2005, p. 130), ao dedicar-se aos estudos das expectativas das audiências em relação à televisão, mostra que os setores populares esperam ter confiança na televisão, pois que mais do que os conteúdos, as formas de realização da televisão aberta encerram uma “*cultura afetiva*” que “*comunican a la audiência emociones negativas de desesperanza, depresión y passivida*d”. E por outro lado, outros programas, pelo seu formato, também podem transmitir “*actidudes y emociones positivas, como interés, admiración, superación, energía de superación*”. São programas que não devem desvalorizar a capacidade racional das audiências, ou seja, devem ser produtivos ao buscar novos ideais televisivos para entretenimento (processo denominado pelo autor de “eduentretenimento” – e*duentreteción)*.

O estudo citado indica um novo rumo para a programação das emissoras públicas/educativas. As realidades dos pobres ou uma programação exclusivamente erudita bem como tradicionais programas educativos de televisão podem trabalhar com recursos e potencialidades de enfrentamento dos problemas sociais, por meio de uma função educativa que estimula a valorização da autoestima das pessoas. Para Fuenzalida, os formatos *revista*, *ficção* e *reality show* ajudam as pessoas no enfrentamento e reconhecimento de suas identidades e dos problemas da vida cotidiana (FUENZALIDA, 2005, p. 129-131).

Essas observações nos levam a concluir que a televisão pública, para atingir seus objetivos educativos, antes precisa ser vista e, consequentemente, ter programas atraentes e criativos, de acordo com as expectativas das suas audiências. Nesse sentido, os formatos podem articular-se a processos audiovisuais criativos e de bom gosto.

5.4.2 Programação da televisão aberta

Este tópico disserta sobre o panorama da programação da televisão brasileira desde o seu surgimento, em 1950. Como dito anteriormente, a televisão brasileira passou por algumas fases características e cada uma delas apresentou uma tendência em relação à programação sob o manto principal da busca pela audiência aliada, entretanto, ao desenvolvimento tecnológico e à profissionalização que possibilitaram o uso aprimorado dos recursos televisivos em relação à linguagem e sofisticação de programas.

A primeira marca da programação televisiva, na fase inicial (1950 a 1965), foi a localidade, desenhada pela concentração das emissoras nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Não havia ainda liderança de audiência entre as emissoras a qual oscilava a cada ano. As emissoras, pode-se dizer, estavam aprendendo a lidar com a nova tecnologia, o que fez surgir formatos adaptados para a tela a partir de programas de sucesso no rádio: shows, programas de auditório mais populares e a telenovela. O caráter experimental da TV buscou ainda suporte em outras linguagens, como o teatro e o cinema.

Percebemos, no entanto, que o formato popularesco de programas, inclusive em determinados períodos da TV pública, sempre esteve presente na televisão aberta, em maior ou menor grau, dependendo do período e da emissora. Os programas de auditório, caracterizados pela participação das pessoas e espontaneidade, ganham destaques nas grades e levam consigo os primeiros *show men* (e *show women*) da televisão brasileira, entre eles Hebe Camargo, Sílvio Santos e Raul Gil, no ar até os dias de hoje.

Um fato a ser questionado é se, sobretudo nas regiões Norte e Nordeste, os índices de analfabetismo podem estar relacionados ao sucesso da comunicação audiovisual e destes formatos de programas que acabam banalizando a realidade ao invés de provocar mobilização, tendo em vista a transformação dos sujeitos sociais em espectadores apenas [51].

A teledramaturgia anunciava sua vocação para a diversidade com a exibição, já em 1953, do seriado *Alô Doçura*, pela TV Tupi. Em 1963 é veiculada a primeira telenovela diária: *2-5499 ocupado*, mas ainda não tinha as características da dramaturgia brasileira, que aos poucos foi sendo construída e hoje é referência mundial.

O surgimento do videoteipe, em 1960, se configura uma experimentação do projeto de rede nacional de televisão, tendo em vista as dificuldades de envio do material para as emissoras afiliadas. Os programas chegavam com muito atraso e muitas vezes se perdiam no percurso, gerando uma programação irregular nas emissoras locais. Nesse período, a televisão como meio de "massa" ainda tinha público limitado e sua programação oscilava entre o popular e o culturalista.

É a entrada da TV Globo que marca a fase concorrencial; no entanto, de uma concorrência geralmente arquitetada pela própria emissora, que, no início da década de 1970, se torna líder do mercado. A partir daí, e principalmente com a entrada do *Jornal Nacional*, primeiro programa transmitido em rede nacional, em dezembro de 1969, pode-se afirmar o início efetivo do sistema de redes de televisão no Brasil.

[51] Este aspecto foi estudado por Franciscato ao verificar a proliferação de veículos de comunicação audiovisual (rádio e TV) no Estado de Sergipe, principais veículos com propriedade concentrada sob o controle de atores políticos locais. **C.f.:** FRANCISCATO, Carlos Eduardo**. A construção da notícia política nos jornais de Sergipe. Uma análise dos constrangimentos e influências na produção jornalística**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) Faculdade de Comunicação (FACOM): Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1998.

Inaugurada a rede nacional de microondas da Embratel e o sistema de transmissão via satélite, em 1968, a Globo começa a expandir seu sinal inclusive em regiões consideradas “ilhas de silêncio”, de forma complementar à ação do Estado. O sinal das redes Globo e SBT, em 2003, chegou a quase à totalidade dos municípios brasileiros (98,91% e 89,10%, respectivamente) e dos municípios com aparelho de televisão (99,86% e 97,18%, respectivamente) (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p. 46).

Outro fato que marca a história da televisão no do Brasil é a entrada da TV Excelsior, em 1964. A emissora, a partir de grande capital investido, inaugura uma estação de transmissão no Rio de Janeiro e lança duas linhas de programação: a primeira, com o objetivo de produzir picos de audiência, correspondia aos *Shows,* no Rio de Janeiro. A segunda linha, desenvolvida para fixar a audiência, era composta por telen*ovelas,* produzidas em São Paulo. O corte de capital do grupo financiador da emissora pelo governo na época levou ao fim da Excelsior, em 1970, a única emissora que poderia ameaçar a hegemonia da Globo.

A estratégia inicial de programação da Rede Globo privilegiava a formação de um público fiel, por meio de programas populares, de baixo custo de produção, mas que geravam audiência, tais como: *Chacrinha*, *Raul Longras e o Casamento na TV*, *Dercy Gonçalves*, *Tele-Catch*.

Com isso, a Rede Globo conquistou a preferência da audiência e pode se dedicar a outros objetivos. A década de 1970 inicia uma nova fase na programação da Rede, com a produção de telenovelas diárias. Um diferencial da Globo foi a sua maior independência em relação à rígida determinação dos anunciantes que aprovavam e financiavam previamente as produções, promovendo a negociação com os anunciantes e tratando de forma diferenciada o público consumidor, a audiência. Alguns programas deste formato: *Telenotícias Panair* (1952, Tupi); *Repórter Esso* (1953, Tupi); *Grande Gincana Kibon* (1955, Record), entre outros.

Assim, na década de 1970 há um corte entre o “Padrão Globo” e o “padrão popularesco” das demais emissoras. O investimento da emissora na melhoria da qualidade técnica e estética tem se mantido constante desde então. Em 2008, o lema anual da campanha institucional da rede foi a “qualidade”, como forma de resposta à investida agressiva da Rede Record tanto no aumento do número de afiliadas quanto em programação e profissionalização da produção. Entre os programas considerados marcos do Padrão de Qualidade Globo, segundo Bolaño

(1988) estão *Fantástico, Globo Repórter, A Grande Família, Ciranda, Cirandinha, Casos Especiais,* as *novela das oito,* as *séries brasileiras* entre outros.

Outro marco na programação da TV Globo e no cenário da televisão no Brasil foi a saída do programa de auditório exibido aos domingos, comandado por Sílvio Santos, depois da inauguração, em 1974, da TV Studios (SBT) no Rio de Janeiro. O programa passa a ser produzido pelo estúdio do grupo Sílvio Santos e passa a ser transmitido pelas redes Tupi e Record. A saída do Programa Sílvio Santos da TV Globo derruba pela primeira vez sua audiência no horário e a rede centra estratégia na exibição de filmes e no estudo de hábitos televisivos nos telespectadores[52]. O investimento em pesquisas de mercado e de público culminou na formação de uma grade de programação eficiente, quer ajustando gêneros e formatos a determinadas faixas de horários, criando rituais de audiência, quer utilizando estratégias para manter e segmentar esta audiência.

Nesse período, ocorre uma prevalência de programas de baixa qualidade, embora diversas estratégias estejam presentes. Na TV Bandeirantes, esses programas tiveram destaque em função da falta de gestão, por meio de "mudanças estratégicas precipitadas". A popularização da programação da Globo, com programas como *Chacrinha*, *Caso Verdade* e a popularização do *Fantástico*, por sua vez, menos do que um *trade-down* na programação, refletiu "uma defesa no sentido de manter e reforçar a sua posição no mercado, muito mais que aceitar os termos em que o SBT pretendia colocar a concorrência" (BOLAÑO, 1988, p. 117).

Contudo, os programas da TV Globo, embora mais populares e voltados à espetacularização e ao sensacionalismo, mantiveram a qualidade de produção, marca da emissora. Arlindo Machado (2005, p. 65) cita entre os programas mais importantes da TV brasileira as versões *Cassino/Buzina/Discoteca do Chacrinha* e *Caso Verdade*. A qualidade dos produtos da Rede Globo continuava distanciando a emissora de suas concorrentes, que pouco exploravam a profissionalização de sua produção, como exemplo os programas *O Homem do sapato branco* e *Povo na TV*,

[52] Os programas ***Sílvio Santos*** e o polêmico ***Povo na TV***, apresentado por Raul Gil, foram os principais responsáveis por superar a Globo em audiência, segundo pesquisa da McCann Erickson sobre a audiência de TV no Rio e SP, entre janeiro de 1982 e fevereiro de 1983, mas somente no mês de agosto, à tarde.

do SBT, os quais recebiam críticas direcionadas ao caráter demagógico e à exploração da miséria humana.

Entretanto, é certo que, por fazer parte de um mercado complexo e criativo, a Rede Globo também está sujeita às influências das suas concorrentes, como vimos acima. A expansão da rede Manchete e do grupo Abril, ao contrário da popularização de programas, pode ter provocado uma melhoria em geral da programação de TV no Brasil, em que a Globo acompanhou a estratégia de programação de filmes da Manchete ou temáticas mais regionalizadas na dramaturgia.

Esta relação de influências entre as emissoras, um tipo de mútuo agendamento das empresas de comunicação, é cíclica e na maioria dos casos colabora para a melhoria da qualidade dos programas, enfim, colabora para uma nova atuação das emissoras frente aos interesses da sociedade. O primeiro caso mais efetivo foram as novas temáticas regionais introduzidas pela Rede Manchete, como já citamos[53].

As televisões educativas também foram atingidas pelo popularesco, ou "populismo", para usar o termo de Laurindo Leal Filho (1988) ao se referir a uma das fases da programação da TV Cultura de São Paulo. Essa tendência, segundo o autor, prevaleceu nos períodos entre 1975 e 1976 e 1983 e 1984, embora o formato estivesse presente na emissora desde pelo menos 1971, motivada pela necessidade de elevar os índices de audiência (a direção da TV Cultura considerava um absurdo "utilizar dinheiro público para fazer uma televisão de 'circuito fechado', para uma audiência escassa". A emissora buscou fórmulas já na época consagradas na TV, como as telenovelas, os programas de auditório e concursos/game shows).

Entretanto, um aspecto positivo desse período foi a percepção de que os programas das emissoras públicas poderiam ser atrativos e criativos. A noção de "populista" passaria a se tornar "popular", no sentido de ser um canal mais democrático e de livre expressão das manifestações culturais da sociedade. A busca pelo ideal de audiência ao lado do plano educativo leva a discussão acerca da inserção do universo simbólico das audiências nos programas de televisão.

---

[53] Mais recentemente, em 2007, a rede Record inovou em recursos audiovisuais e discursivos com a telenovela *Vidas Opostas*, provocando a Rede Globo, no sentido de seguir o modelo por meio da produção de *Duas Caras,* telenovela das 22 horas, em 2008.

O Governo Federal, no final das décadas de 1960 e início de 1970, previa um plano educativo por meio de uma rede de telecomunicações, com a finalidade de atender às demandas sociais de rede escolar, utilizando para tanto os recursos propiciados pelo rádio e televisão. Em 1971, o primeiro curso produzido, Curso de Madureza, foi substituído pelo Projeto Minerva e, posteriormente, pelo Telecurso Supletivo.

Surge a partir daí experiências com o uso da dramaturgia na tele-educação em que a rede Globo teve participação complementar na condução de alguns destes programas. A novela *Meu pedacinho de chão*, exibida no horário das 18 horas pela Rede Globo entre 1971 e 1972, e a novela pedagógica *João da Silva,* 1974, criada como Curso Supletivo e também exibida pela TV Globo, foram as primeiras experiências do uso dos recursos e formatos da televisão com fins educativos. Em dezembro do mesmo ano *João da Silva* passa a ser exibida também pela TV Universitária de Recife.

No início dos aos 1980 o cenário começa a se diferenciar, com a entrada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e da Rede Manchete, o fim da TV Tupi, o surgimento da chamada "televisão alternativa" (produtores independentes, experiências locais como do grupo Abril Vídeo), a *pay-tv* e avanços tecnológicos na área. Nessa época também, a TV Bandeirantes passa a investir mais forte na implantação da sua rede, sobretudo na reestruturação do departamento de jornalismo.

Ainda assim, a Rede Bandeirantes investe na programação mais popular, nos shows e novelas e entra em concorrência forte no horário do Jornal Nacional, que, em consequência, foi ampliado, em 1983, de 25 para 45 minutos. Depois da Bandeirantes, a TV Manchete, que inicia suas transmissões em junho de 1983, torna-se outra ameaça para a TV Globo, com uma programação de filmes, novelas e jornalismo no horário nobre. Em São Paulo, a disputa pela liderança dos públicos A/B foi acirrada entre estas duas emissoras.

A disputa pela audiência e o crescimento das redes não é a única característica forte desse período. A influência de novas mídias e do quadro audiovisual diversificado também contribui para a qualidade dos programas das emissoras abertas. A qualidade dos produtos audiovisuais no Brasil, de forma geral,

é bem avaliada[54]. Novos formatos e linguagens próprias da televisão são desenvolvidos, e acompanham a circularidade da vida cotidiana com o processo de globalização e dinamização das economias. As *sitcom* e os humorísticos brasileiros traduzem essa tendência à agilidade, à sátira e ao mergulho nos universos simbólicos e cotidianos da vida moderna, à discussão de valores e tabus. Entre estes programas podem ser destacados a série *Armação Ilimitada* e o humorístico *TV Pirata*.

O surgimento dos canais fechados também trouxe novos formatos e novas temáticas para o setor audiovisual brasileiro. Da mesma forma, o setor publicitário também vem inovando e aprimorando seus serviços, por meio de peças com qualidade técnica reconhecida mundialmente.

A televisão aberta trabalha para o grande público e nesse sentido, o padrão estético pode até ser considerado por muitos teóricos como "mais do mesmo". E dessa forma, buscamos com essa pesquisa relacionar as tendências que se abrem para a programação de televisão mais acessível pelos brasileiros, no que diz respeito à diversidade e qualidade dos programas.

A partir de 1983, o SBT também investe na sua expansão e em mudanças no setor comercial, com maior concentração do setor e controle das afiliadas. A prioridade continua sendo o público de menor poder aquisitivo, mas a rede investe na diversificação de produtos, como em telenovelas próprias, inclusive contratando autores da Rede Globo. Em 1984 investe também no jornalismo, com um telejornal e boletins diários, embora permaneçam instáveis na grade, tanto em relação aos horários quanto à curta permanência na grade de programação, ou mesmo na manutenção dos seus apresentadores. É interessante observar que a centralidade das decisões na pessoa de Sílvio Santos configura-se em impedimento de

[54] Arlindo Machado, no livro "A televisão levada a sério" (2005), lista 30 programas como os mais importantes da história da televisão mundial. Entre eles está a minissérie *O auto da compadecida*, de Guel Arraes a partir da peça de Ariano Suassuna. Entretanto, a produção audiovisual do Brasil segue passos próprios e outros produtos são destacados: *Parabolic People*, co-produção Brasil/França, com Sandra Kogut, exibido em 1991 pela rede MTV; *Retrospectiva do ano*, exibido pela rede Record em 1988, em que o diretor Marcelo Tas reordena a maioria dos fatos políticos do ano de 1958 e os exibe como atuais; e o spot publicitário *Hitler*, de Washington Olivetto e Gabriel Zellmeistter. Outras 41 produções brasileiras são citadas. Destas, a maioria são dramaturgias, sendo seis produções do núcleo Guel Arraes, da Globo, que totaliza um quarto dos programas. Os demais programas contemplam produções da TV Pública, de produtoras independentes e de tevês universitárias são lembrado como referência da produção televisiva no Brasil.

mudanças para a emissora, que se apresenta sempre em permanente processo de experimentação.

A TV Bandeirantes chegou a investir na qualidade dos programas como forma de alcançar o padrão da líder. Em 1981 exibe a novela das 20h, *Rosa Bahiana*, que trouxe para a tela "um outro Brasil", diferente dos centros urbanos do Rio e São Paulo. O diretor Walter Clark, responsável pela dramaturgia da emissora em 1981/82, pretendia explorar as realidades locais, com ênfase nos núcleos regionais e na produção independente. A linha da "qualificação" e abertura política proposta por Clark foram rápidas e instáveis, dotada de grande experimentalismo, o que pode ter causado a queda da audiência geral da emissora.

Por outro lado, a Rede Globo, com as mudanças no contexto sócio-político, a partir do início da década de 1980, busca segmentos alternativos e lança programas inovadores como: *TV Mulher*, *Globo Rural, Som Brasil*, *Globo Informátic*a, *Globo Ecologia*, *Globo Profissões* e mais recentemente *Globo Universidade*. A segmentação de forma mais geral, por meio da especialização em determinados nichos de mercado, como esportes ou filmes, tornou-se alternativa de suas emissoras concorrentes. E efetiva-se de fato, sobretudo a partir dos anos 1990, a exemplo da Band, com o esporte, Rede TV com *talk shows* e musicais e do SBT com programas populares.

O SBT fez várias tentativas de melhorar o setor jornalístico desde os anos 1980, quando integram o quadro da emissora os jornalistas Hermano Henning, presente até hoje, e Boris Casoy. Outros profissionais destacados no cenário nacional são contratados posteriormente, como a jornalista Mônica Waldwogel que introduziu programas de entrevistas, e o humorista e escritor Jô Soares, que introduziu nesta emissora o formato do seu *talk show Jô Soares onze e meia* (hoje na TV Globo como *Programa do Jô*).

Entretanto, somente em 2005, com a contratação da jornalista Ana Paula Padrão, houve uma reformulação do setor mais efetiva, sendo investido inclusive na equipe de redação, em sucursais e na padronização da linguagem dos telejornais das afiliadas. Desde 2006, o jornalista Carlos Nascimento é responsável pelo *Jornal do SBT*. Em 2008, o SBT conta com cinco programas jornalísticos.

Já a iniciativa da TV Record na década de 1980 foi especializar-se, optando pela área de esportes no período 1982/83. Realizou poucos projetos de expansão preferindo a situação cômoda dos mercados de São Paulo, interior de São Paulo e Rio de Janeiro. Record e SBT atuam com certa conformidade, portanto, diante de sua grande concorrente, a Rede Globo. A Rede Record segue com maior efetividade um padrão de jornalismo com suas afiliadas, nos moldes do Padrão Globo.

O investimento da Rede Record no jornalismo ganha destaque a partir do final da década de 1990, com saída gradativa dos jornais mais populares. A contratação de profissionais conceituados, a formação de equipes nas afiliadas e a dinamização dos programas fornecem mais agilidade e modernidade ao jornalismo da rede. Da mesma forma que o SBT, dois programas são criados nos formatos do *Globo Repórter* e *Fantástico*, da Rede Globo: o *Repórter Record*, com estréia em 1997, e o *Domingo Espetacular*, revista eletrônica de domingo, criada em 2004. A emissora mantém ainda um programa de jornalismo popular, o *Balanço Geral*, que tem versões regionais.

Apesar de todas essas mudanças, percebe-se que a disputa pela audiência da década de 70 ganha nova dimensão nos anos 90 e provoca a exploração de situações grotescas e depreciativas de valores e da própria condição humana. O programa *Aqui Agora*, exibido pela rede SBT em 1991, foi o precursor de uma série de programas com reportagens policiais do estilo “a vida como ela é”.

Assim, a década foi fértil na veiculação de escândalos e da “estética do grotesco” nos programas de variedades: imagens de suicídio, pessoas com doenças ou problemas físicos inusitados dentre inúmeras situações bizarras, as quais prendem a atenção das pessoas. Os programas de variedades *Domingão do Faustão*, Rede Globo, no ar desde 1989, e *Domingo Legal*, SBT, no ar desde 1993, mantinham acirrada “guerra” pela exposição destes casos. Os dois programas estão entre as principais denúncias da campanha “Quem financia a baixaria é contra a cidadania”, com início em 2003 por iniciativa da Câmara dos deputados[55].

Em suma, as mudanças no cenário audiovisual brasileiro com a expansão da TV segmentada, da ampliação da oferta, o que será intensificado com a TV digital, provoca um outro quadro diferenciado, em que as principais redes de televisão

[55]Fonte: http://www.eticanatv.org.br/index.php?sec=2&cat=5&pg=2

aberta buscam a diversidade dentro do próprio canal e optando pela criação de novos canais segmentados na própria rede aberta, como a Globo (TV Mulher), a Record (Record News) ou do Grupo RBS, no Rio Grande do Sul (TV COM).

Por outro lado, diversas produções mais sofisticadas e com temáticas diferenciadas têm permeado a TV aberta em busca de qualidade e credibilidade[56]. São fenômenos da segmentação e diversificação do mercado, mas com duas faces que se entrelaçam: "inovação/homogeneização das atividades culturais". São as emissoras regionais as principais integrantes deste processo.

Um exemplo que representa a "dialética homogeneização/diferenciação dos produtos simbólicos", a qual condensa uma base cultural nacional *versus* produtos comercializáveis no mercado global, é a minissérie da Rede Globo *Hoje é dia de Maria* (2005). Algumas adaptações de romances e contos da literatura brasileira também têm ganhado espaço na televisão aberta como os telefilmes *Os Óculos de Pedro Antão* (2008) e *Uns braços* (2009) (contos de Machado de Assis) exibidos pela rede Record, e minisséries da rede Globo como as recentes *A pedra do reino*[57] (2007) e *Capitu* (2008), com destaques para o cenário e para a montagem que remetem ao mundo dos sonhos.

---

[56] Alguns programas de formatos diferenciados são característicos desse momento, desde o *reality show* (*No Limite e Big Brother* da Globo, *O Aprendiz*, *Mudando de Vida, Troca de família* da Record, *Casa dos Artistas e Quem perde Ganha* do SBT) como um "não lugar", espaço de uma realização vicária do espectador a séries regionalizadas como *Auto da Compadecida*, *Hoje é dia de Maria*, *A pedra do reino*, produzidos pela Globo.

[57] A minissérie não teve bons índices de audiência na emissora, com base na média de outras exibições no horário nobre. Para muitos críticos a produção foi marcada pela ousadia e pela criatividade, por explorar novas formas de narrativa. Nesse sentido, pode-se verificar que o cuidado na improvisação é essencial para equilibrar o nível de informação nova, a autoria e o experimentalismo para não cair na entropia do texto, no caso, voltado para o entretenimento. Como afirma Pignatari, toda produção de vanguarda tende a ser uma metalinguagem, no sentido de que pensa a arte anterior. Na sociedade do consumo, os produtos ampliam os repertórios dos públicos, e embora a condição de classe social não delimite mais o consumo de certos produtos culturais (televisivos) deve haver um equilíbrio dos signos de consumo: O erudito e o popular nas obras audiovisuais, sobretudo, permitem à massa adquirir "capacidade de escolha e discriminação, capacidade de metalinguagem, no processo de criação de sua própria tábua de valores" (PIGNATARI, 1980, p.75). Nesse sentido, pensamos ainda na concepção de obra aberta, em que, além da entropia, o novo, o autoral, o original, não se apresenta de imediato ao receptor, é esvaziado de significados evidentes exigindo um processo de participação ativa na elaboração do significado ao se tentar explorar estas formas novas. A pluralidade de significados que coexistem neste significante (produto) vai depender, para ser consumida, dos repertórios das audiências. Neste sentido, o cuidado recai na boa utilização do processo de "ancoragem" da obra, quer na redundância de elementos técnicos (como a periodicidade de ritmo, de expectativas), quer na previsibilidade conseguida por meio do equilíbrio entre informação nova e repertório. A originalidade deve ser utilizada com parcimônia, pois **"**a mudança de comportamento surge da participação do leitor no processo de construção do significado" (TEIXEIRA COELHO NETTO, J. 2003, p. 158). C.F.: PIGNATARI, D.. **Informação, Linguagem, Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1980. TEIXEIRA COELHO NETTO, J. **Semiótica, informação e comunicação.** São Paulo: Perspectiva, 2003.

A TV Globo apresenta com a minissérie *Hoje é dia de Maria* uma distinção cultural em um mundo plural e demonstra seu comprometimento com valores sociais. Produção adiada por quase 10 anos devido ao alto custo, encontrou o momento adequado para a exibição na comemoração dos 40 anos da Rede quando pode ser desenvolvida para agregar valor à emissora (BRITTOS; SIMÕES, 2006).

Segundo os autores, a minissérie constitui uma reestruturação na representação da cultura popular em função do caráter estético da indústria cultural. Voltada a um público mais segmentado, a produção inovou com uma estrutura narrativa que mescla linguagem surreal a elementos ficcionais da literatura universal e lendas e contos nacionais, além da presença de denúncia social e dos sotaques locais, de matriz cultural do Nordeste e Sudeste brasileiros. Contudo, um trabalho assim mobiliza diversos códigos sociais que muitas vezes são negligenciados quer pela força das peculiaridades do campo de produção televisiva quer pelo próprio desconhecimento dos produtores, os quais não estão inseridos nesses contextos locais.

Outro programa de destaque, que impulsionou uma série de outros, é o *Central da Periferia*, produzido pelo Núcleo Guel Arraes, da Rede Globo de televisão, em 2006 e 2007. O programa foi apresentado pela atriz/cantora/humorista/apresentadora Regina Casé. A apresentadora junto com Arraes são lembrados pelo enfoque criativo e multicultural com que realizam programas televisivos, como quadros jornalísticos, filmes e seriados. O programa é construído como um auditório ao ar livre, apresentando shows com artistas locais intercalados por reportagens retratando o cotidiano, os gostos, demandas e ações dos bairros e regiões periféricas dos principais centros urbanos do Brasil.

Cabe uma conclusão parcial acerca das contradições inerentes às produções da televisão comercial no Brasil.

> O que transluz desta dinâmica é uma pantomima que induz acreditar em um projeto sério de comunicação de um novo modelo televisivo, enquanto o que ocorre verdadeiramente é a multiplicação de apelos à audiência, com excessos eróticos, apresentação de conflitos com base em situações mesquinhas e uma linha de programas buscando nivelar seu público por baixo, constituindo uma grande rede para 'pescar peixes' de distintos tamanhos (BRITTOS e SIMÔES, 2006, p. 69).

Muito mais do que respostas e de uma aparente regularidade, a configuração da programação da TV aberta incita dúvidas. A ampliação dos espaços às afiliadas não é garantia de diversidade na programação, tendo em vista que os moldes das cabeças-de-rede permanecem majoritários, como filtros. Mesmo com a liderança da rede Globo é possível apenas prever que caminhos alternativos para a televisão comercial e para o sistema público estão sendo traçados. Nesse sentido, a referida investigação avança na observação das possibilidades de novas dinâmicas promovidas pelas emissoras regionais.

5.5 Panorama da programação em canais alternativos: redes regionais independentes, da TV aberta e paga.

O mercado audiovisual no Brasil apresenta múltiplas formas as quais não fizeram parte do *corpus* pesquisa em vista do necessário recorte ao objeto de estudo. Entretanto, consideramos importante formar um quadro, ainda que não se pretenda completo, sobre formas alternativas insurgentes e cada vez mais diversificadoras do panorama televisivo nacional.

Alguns casos merecem destaque por fugir das hipóteses gerais que colocam as redes Globo, Record e SBT como as principais redes de televisão aberta de produção local. Citaremos algumas experiências de televisão aberta, sistema UHF, ou independentes das redes nacionais, que mantém uma programação local alta, a título de exemplificação.

A Rede União, do Acre, afiliada da BAND fundada em agosto de 1988, se destaca no Estado por ser uma emissora local que produz quantidade significativa de programas regionais em relação às demais redes objeto desta pesquisa, sobretudo programas de entretenimento. A TV União forma uma rede de sete emissoras que cobrem os Estados do Acre, do Ceará e o Distrito Federal.

A TV Band DF também supera as demais emissoras das redes em número de programas locais. Produz o telejornal local *Band Cidade* em duas edições e os programas de variedades *Direto de Brasília*, *Marcelinho Carioca*, *Temperando a*

vida, *Terra Sertaneja* e *Icesp Cidade*. A TV Brasília, emissora adquirida pelo senador e atual vice-governador do DF pelo DEM, Paulo Octávio, em 2001, que pertencia aos Diários Associados, retransmitia a rede Manchete desde os anos 1980, mas com outorga concedida desde 1960. A emissora é atualmente afiliada à TV 21, pertencente à rede Bandeirantes, e é a emissora aberta comercial de maior produção local da região Centro-Oeste, 16% durante a semana, segundo pesquisa de Cosette Castro (2006: 223).

Destaca-se ainda a afiliada da Rede Bandeirantes no Rio de Janeiro, TV Sul Fluminense, emissora que destina maior espaço na grade para programas locais. A emissora foi ao ar pela primeira vez em 25 de julho de 1978 e em 1990 foi a pioneira entre as emissoras de televisão situadas no interior do país a gerar seu sinal para todo o território nacional através do satélite Brasil Sat III. A TV Goiânia, também afiliada da Rede Band em Goiás, também se destaca com programas locais, sobretudo de jornalismo (MULLER, 2007).

No Paraná, a rede CNT (Central Nacional de Comunicação), antes pertencente ao grupo Diários Associados, é uma das maiores redes regionais de comunicação no Brasil. Adquirida em 1975 pela família José Carlos Martinez, a emissora produz quase 40% da programação, sendo que quase a metade desta é composta por formatos de entretenimento, como variedades. Compõe ainda a grade de programação da emissora programas de televendas e religiosos.

Emissoras Universitárias

Algumas emissoras universitárias têm se destacado na produção de programas alternativos, com linguagens inovadoras e objetivos educativos e culturais. Importante observar que a maioria destes canais mantém sites na internet, em que os programas podem ser visualizados por meio de vídeos e onde alguns eventos são transmitidos em tempo real. Os sites configuram-se também como espaços de debates e troca de informações (por meio do acesso a *blogs*, *chats* e do jornalismo *on line*)[58]. Outra pecualiaridade destas emissoras é agregar à sua programação produção de outras instituições educativas e culturais da região. São

[58] Pode ser conferido por meio do acesso aos endereços eletrônicos como http://w3.ufsm.br/tvcampus/; http://www.cpce.unb.br/unbtv/;

aspectos que fortalecem a presença destas iniciativas na produção de novos formatos, conteúdos e linguagens para a televisão.

A Associação Brasileira de Televisões Universitárias (ABTU) congrega atualmente 51 emissoras das mais de 100 tevês universitárias do Brasil, muitas atuando em parcerias em um único canal. A ABTU também articula parcerias entre as tevês universitárias associadas e outros canais, como a TV Futura. A primeira emissora universitária criada no Brasil foi a TV Universitária de Pernambuco, em 1967, também a primeira emissora educativa a entrar no ar.

Com o objetivo de ilustrar novas experiências no cenário de produção regional de televisão, faremos, a seguir, um rápido panorama das principais produtoras de conteúdo atualmente - excetuando as emissoras universitárias de Pernambuco e Rio Grande do Norte, as quais compõem o corpus empírico desta pesquisa:

Canal Universitário de Minas Gerais: A TV Universitária de Minas Gerais produz toda a programação exibida por meio das quatro instituições que a compõe: TV UFMG, PUC TV, TV Uni-BH e TV UEMG. É transmitida pelo canal local a cabo 12 da NET e pelo canal 14 da Oi TV. A programação da TVUFMG tende a ser bastante heterogênea tendo em vista a diversidade de instituições que a compõe, e que podem lançar olhares diferenciados, além de garantir a quantidade de programas para compor a grade diária. Cabe citar que os horários alternativos e as renovações nos programas demonstram seu caráter alternativo e experimental. Segundo Castro (2006, p. 372), a PUC TV é a emissora mais equipada da formação inclusive se destacando em relação aos padrões brasileiros das emissoras universitárias. A PUC TV produz cerca de 40 horas de programação própria, incluindo dois telejornais.

A TV Universitária de Brasília (UnBTV): A UnB TV, dirigida pelo prof. Dr. Armando Bulcão, foi inaugurada em 21 de novembro de 2006, mas realizou sua primeira transmissão pela internet em 2003. Organizada pelo Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE) da Universidade de Brasília (UnB), ligado à reitoria, possui uma programação ampla, desde a transmissão ao vivo de eventos realizados pela Universidade, a programas próprios com temáticas ligadas à educação, cidadania, ciência, tecnologia, arte e cultura. A WebTv articula e complementa a relação entre a UnBTV e suas audiências por meio da opção de escolha de vídeos

em qualquer hora ou da exibição de programas ao vivo. A UnB TV é exibida pelo canal 6 da TV a cabo NET Brasília.

TV Campus: A TV Campus é exibida pelo canal 15, do canal a cabo Net, em Santa Maria, é mantida pela Universidade Federal de Santa Maria. A emissora mantém uma programação local própria em torno de 5 horas durante a semana e 8 horas de programas locais nos fins de semana. Nos demais horários retransmite a programação da rede SESC TV. Dentre os destaques da programação estão os formatos baseados no diálogo, telejornais, esporte, meio ambiente e artes. O Programa *Ecointeração*, por exemplo, é produzido e apresentado por uma bióloga, professora Encarnación Villen, e trabalha com a interação do ser humano com o meio ambiente em que vive.

Emissoras Independentes

Compõem esta amostra três emissoras que ilustram a produção regional desatrelada das redes nacionais de televisão.

TV Diário do Ceará: Primeira emissora do Estado com programação 100% local, é transmitida em TV aberta para todo Estado do Ceará e a cabo para outras regiões do país desde 1998. Pertence ao grupo Verdes Mares, que também é proprietário da TV Verdes Mares, afiliada da rede Globo. A TV Diário é caracterizada por uma programação voltada ao humor, à música regional, ao turismo e aos programas de auditório. Durante a semana, contudo, dedica parte da programação aos noticiários e ao jornalismo popular.

TV Gazeta: A TV Gazeta foi criada em São Paulo, em 1970, e é mantida pela Fundação Cásper Líbero. A cobertura da emissora, conforme dados disponíveis em sua página na internet[59], em junho de 2007, alcança 5% do território brasileiro, destacando-se: São Paulo (213) municípios), Paraná (43 municípios), Pernambuco (13 municípios), Mato grosso (10 municípios), Santa Catarina (9 municípios). Tem sede ainda nos Estados de Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Goiás, Distrito Federal, Pará e Roraima. De acordo com a emissora, o diferencial da sua atuação é o foco regional, sua programação mantém programas informativos, esportivos, voltados ao público feminino. Em Cuiabá, os programas locais buscam a

[59] http://www.tvgazetacuiaba.com.br

visibilidade do público regional, são eles: *Shop mix* (programa de vendas com entrevistas e humor); *Night TV* (cobertura de festas e eventos); *Autoshopping* (mercado de automóveis); e *Show Sertanejo* (gravado em uma tradicional casa sertaneja de Cuiabá).

TV COM (RS): Pertencente ao grupo Rede Brasil Sul (RBS-RS), a TV COM transmite programação 100% local, por canal a cabo, voltada para Porto Alegre e Florianópolis. Em Porto Alegre, a emissora apresenta 190 programas locais embora cerca de metade deles é produzida pela RBS e reprisada durante o dia. Os programas de entretenimento constituem metade da programação, sendo que 32% abordam temáticas sobre música, cinema e variedades. Entre os programas de variedades destacam-se os voltados à moda e festas. A Rede classifica o canal como comunitário. A TVCOM opera ainda, no horário das 15 às 2h no Rio Grande do Sul, em canal aberto (UHF).

Emissoras religiosas

Entre as emissoras religiosas podemos citar a *TV Canção Nova, a TV Gênesis* e a *TV Horizonte*, que vêm gerando uma programação com formatos diversificados e explorando o uso dos recursos televisuais.

TV Horizonte: Mantida pela Fundação Cultural João Paulo II, foi criada em agosto de 1998 por iniciativa da Arquidiocese de Belo Horizonte e vai ao ar através de canal UHF e canal a cabo. A emissora produz 58% dos programas que exibe e tem parceria com a PUC TV e a STV (Senac-SP) na complementaridade da sua programação, o que torna a grade da emissora mais heterogênea com programas de entretenimento, informativos e religiosos, inclusive voltados ao público jovem.

TV Gênesis*:* Emissora do Distrito Federal, pertencente à igreja Sara Nossa Terra, foi fundada em 1980, mas a outorga como canal educativo foi concedida em 2000. Apresenta essencialmente conteúdos religiosos, mas que garantem uma programação própria significativa, média de 86%. O sinal da TV Gênesis chega a várias cidades do Brasil através de satélite e UHF. Em VHF é retransmitida em Mossoró-RN e na cidade de Pedro Juan Cavallero, Paraguai, pela operadora Tele Gosi (CASTRO, 2006: 225).

Emissoras Públicas Institucionais

Entre as emissoras públicas vinculadas aos poderes do Governo (legislativas, executivas e judiciárias), a TV Câmara e a TV Senado destacam-se com uma programação que vai além das transmissões ao vivo das sessões parlamentares e por abranger todo o país por meio do sinal de satélite. Os programas incluem músicas e debates sobre temas de interesse político, além de sessões do plenário e das comissões de trabalho.

TV Câmara: A TV Câmara foi criada em 1998 e além de transmitir as sessões da Câmara dos Deputados produz programas jornalísticos, culturais e outras produções como documentários. O programa *Câmara Ligada,* por exemplo, recebe deputados e especialistas que discutem com os jovens estudantes de uma escola ou faculdade presentes no auditório os mais variados temas. A presença de bandas e DJs ajuda a compor o ambiente descontraído e motivador para as discussões voltadas ao público jovem e adolescente.

TV Senado: Criada em 1996, a emissora atinge praticamente todo território nacional via satélite e pela presença obrigatória nas operadoras de TV a cabo do país. A programação da TV Senado distancia-se das atividades de rotina do Senado Federal, ampliando a presença de programas de entretenimento, que varia entre 23% e 45% no decorrer da semana (CASTRO, 2005, p. 231). A programação é composta por jornalismo (6 programas), entrevistas (4 programas), documentários (5 programas), programas culturais (4 programas, sendo 2 musicais) e interprogramas (5 programetes de um minuto, sobre prestação de serviços e turismo, veiculados no decorrer da programação da emissora).

TV Justiça: A TV Justiça também tem buscado ampliar as temáticas de sua programação, embora os programas em geral abordem questões e temas relacionados às especificidades do poder judiciário. Citamos o programa *Direito & Literatura* e o programa *Refrão,* que buscam um diálogo com outras áreas de conhecimento.

TV Assembléia legislativa/RS: Inaugurada em1996, depois da aprovação da Lei do Cabo, é transmitida em canal a cabo no Rio Grande do Sul. Exibe além das sessões plenárias ao vivo e o trabalho das comissões legislativas, também transmite programação própria voltada para o jornalismo, em forma de telejornais, debates e

entrevistas. Apresenta ainda três programas de entretenimento: *Sarau no Solar*, *Personalidades* e *Cena Musical* e um programa de debates sobre preconceito e discriminação, o programa *Faça a Diferença*.

6. PANORAMA DOS PROGRAMAS REGIONAIS DE TELEVISÃO NO BRASIL

A produção regional tem ganhado espaço nas emissoras, o que também implica a melhoria da qualidade dos programas a fim de concorrer com a programação nacional. Programas como o *Vrum* (TV Alterosa, afiliada SBT em Minas Gerais), Terra da Gente (EPTV, afiliada Rede Globo em São Paulo), passaram a ser exibidos nacionalmente. Reportagens produzidas por afiliadas das redes de TV aberta são veiculados cada vez com mais frequência em rede nacional.

Apresentamos, a seguir, um panorama da produção de programas de televisão regionais em que se delineiam as configurações regionais que se anunciam mostrando que uma programação de televisão, de fato, não pode ser homogeneizada como se todas as regiões, Estados e lugares tivessem as mesmas demandas e os mesmos interesses.

6.1. Dados Gerais dos Programas: Emissoras Locais e Redes Nacionais

Relacionamos 1329 programas locais produzidos pelas emissoras afiliadas às principais redes de televisão aberta nacionais, ou seja, 192 emissoras que produzem ou exibem pelo menos um programa local. Destes programas, 345 encontram-se na rede pública (26 %) e 983 na rede comercial (74 %).

Já na primeira observação as diferenças se anunciam por meio de uma distribuição desigual das emissoras entre as cinco regiões do Brasil. Com quatro Estados, entretanto sendo a região mais populosa e com os maiores mercados, confirmamos a Região Sudeste como o principal centro de produção televisiva do país, embora a sua produção local seja pequena, tendo em vista que as principais cabeças-de-rede concentram-se aí.

Tabela 4: Quadro comparativo dos programas locais por emissoras regionais e por região[60]

Região	Emissoras	Programas	%
Norte	38	210	**15,8**
Nordeste	42	410	**30,9**
Sudeste	45	179	**13,5**
Centro-Oeste	44	323	**24,3**
Sul	23	207	**15,6**
Total	**192**	**1329**	**100**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Por outro lado, apesar do menor número de emissoras, proporcionalmente em relação ao maior espaço territorial ocupado, as Regiões Nordeste e Centro-Oeste apresentam maior número de programas locais, o que reafirma a demanda por uma programação diferenciada no "interior" do Brasil. Cabe salientar ainda as discrepâncias que existem no interior das próprias regiões. Na Região Norte, os Estados do Pará e Amazonas se destacam em relação a emissoras e programas produzidos localmente. Já na Região Centro-Oeste, o Estado do Mato Grosso destaca-se com um grande número de emissoras com pelo menos um programa local na sua programação: são 32 emissoras analisadas as quais se distribuem transmitindo o sinal das suas redes para praticamente todo o Estado. Outros Estados que se destacam em número de emissoras afiliadas às redes Record, Globo, SBT e à Rede Pública estudadas por esta pesquisa são: Minas Gerais, 14 emissoras; Maranhão, 9 emissoras e Pará com 13 emissoras.

[60] Cabe observar também que as redes regionais foram relacionadas como uma emissora quando seus programas são distribuídos para todas as suas transmissoras (Rede Bahia, por exemplo); e identificadas quando produzem programas próprios, mesmo versões localizadas de programas da rede regional (RTP Castanhal, RTB Capanema – RTP/PA; TV Iguaçu, TV Naipi – Rede Massa/PR).

Tabela 5: Frequência dos programas locais por tipo de emissora e por região

	Pública (26%)	Comercial (74%)	Total	%
Norte	68	142	210	15,8
Nordeste	134	275	410	30,9
Centro Oeste	33	146	179	13,5
Sudeste	51	272	323	24,3
Sul	59	148	207	15,6
Total	345	984	1329	100

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Cruzando os dados dos programas encontrados e sua distribuição entre as redes é possível ainda verificar que a produção de programas locais ganha destaque nas afiliadas da rede SBT. Observa-se ainda uma menor produção de programas locais pelas afiliadas à Rede Globo corroborando com seu modelo de concentração dos conteúdos audiovisuais.

Tabela 6: Programas locais por rede de televisão

	Programas locais	%
TV Brasil	345	26,0
Rede Globo	295	22,2
Rede Record	321	24,2
Rede SBT	368	27,7
Total	**1329**	**100,0**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

No quadro abaixo, percebe-se uma interiorização maior das redes Record e SBT, em relação à Rede Globo, que concentra sua produção na Região Sudeste (122 programas), região onde ela mesma possui quatro das seis emissoras próprias da Rede no Brasil. Por ser o maior mercado do Brasil, a capital paulista e as

principais cidades do Estado de São Paulo[61] garantem o elevado número de emissoras e programas locais: são 20 emissoras no Estado de São Paulo analisadas nesta pesquisa. As afiliadas à Rede Record, Rede que apresenta uma distribuição mais equilibrada pelo território brasileiro, concentram sua produção na Região Nordeste (96 programas). As afiliadas do SBT estão mais concentradas nas regiões Nordeste e Sudeste (109 e 94 programas, respectivamente).

Tabela 7: Frequência dos programas locais por região e rede

	TV Brasil	Rede Globo	Rede Record	Rede SBT	Total	%
Norte	68	35	46	61	210	15,8
Nordeste	134	71	96	109	410	30,9
Centro Oeste	33	31	65	50	179	13,5
Sudeste	51	122	56	94	323	24,3
Sul	59	36	58	54	207	15,6
Total	**345**	**294**	**321**	**368**	**1329**	**100**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

O modelo hegemônico da rede Globo e a centralização regional da produção, entretanto, não constituem uma leitura uniforme no quadro da programação local, como veremos. Algumas emissoras situadas fora das capitais e de grandes centros urbanos se destacaram na programação local, da mesma forma a produção, sobretudo das emissoras públicas, na Região Nordeste.

[61] Com referência ao Índice Potencial de Consumo (IPC). Disponível na pesquisa BRASIL EM FOCO – IPC TARGET: http://www.targetmark.com.br/downloads/ranking_ipc2007_500_maiores.pdf). Acesso em março de 2008)

Tabela 8: Frequência dos programas locais por Estado e Rede

	Públicas	Rede Globo	Rede Record	Rede SBT	Total	%
Norte						
AC	6	9	4	9	28	2,2
AM	16	9	7	2	34	2,6
AP	0	9	2	4	15	1,2
PA	20	7	6	28	61	4,6
RO	0	9	17	6	32	2,5
RR	0	9	0	5	14	1,1
TO	26	7	10	7	50	3,8
Nordeste						
AL	5	8	14	6	33	2,5
BA	17	10	9	18	54	4,1
CE	29	6	11	19	65	4,9
MA	3	7	17	17	44	3,3
PB	17	5	11	16	49	3,7
PE	25	14	7	10	56	4,2
PI	8	6	8	9	31	2,3
RN	14	7	7	14	42	3,2
SE	16	8	12	0	36	2,7
Centro-Oeste						
DF	2	6	6	3	17	1,3
GO	27	14	5	7	53	4,0
MS	1	6	2	5	14	1,1
MT	3	5	52	35	95	7,1
Sudeste						
ES	10	9	12	10	41	3,1
MG	41	36	12	36	125	9,4
RJ	0	9	8	3	20	1,5
SP	0	68	24	45	137	10,3
Sul						
PR	34	11	32	19	96	7,2
RS	20	14	6	8	48	3,6
SC	5	11	20	27	63	4,7
Total	**345**	**295**	**321**	**368**	**1329**	**100,0**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Cabe observar que as condições geográficas, com dificuldades de acesso a determinadas áreas, das regiões Norte e Centro-Oeste podem constituir limites para a diversidade de veículos, mas aponta para a demanda destas duas regiões por

produção local. Como observado na tabela 8, o Mato Grosso é um dos Estados com maior quantidade de emissoras regionais. Sob outro aspecto, a rede Amazônica, vinculada à Rede Globo, por exemplo, transmite os mesmos formatos de programas para os Estados do Amazonas, Acre, Amapá, Rondônia e Roraima. Este quadro proporciona que outras emissoras desenvolvam produtos diferenciados voltados para o público local.

Os dados também apontam para o controle menos efetivo das redes SBT e Record na grade de programação de suas afiliadas, como a RIC (Rede Independência de Comunicação) afiliada da Record em Santa Catarina, com 20 programas locais; as afiliadas SBT TV Lages em Santa Catarina com 27 programas, a TV Jangadeiro/SBT no Ceará com 19 programas, a TV Alterosa/SBT de Minas Gerais com 32 programas, a TV Aratu/Record na Bahia com 18 programas, a TVB em Campinas com 16 programas. Algumas emissoras locais afiliadas da Rede Globo se destacam na produção de programas, como a RBS, a TV Vanguarda em São Paulo, a TV Gazeta do Espírito Santo e a Rede Paranaense de Comunicação (RPC), no Paraná. Cabe salientar que os maiores índices de produção local de afiliadas à Rede Globo são de redes regionais, tais como a própria RBS (Rio Grande do Sul e Santa Catarina) e a Rede Bahia, o que amplia ainda mais a força do canal. Já a Rede Anhanguera, Globo/Goiás, mantém 6 (seis) programas religiosos em sua programação; de curta duração e em geral na madrugada, programas que elevam o número de programas locais da emissora para 14, bem acima da média das afiliadas Globo dos demais Estados do país.

Da rede pública, as emissoras com maior produção local foram: Rede Minas, com 38 programas, TVE Paraná com 34 programas, TV Ceará com 29 programas, TV RedeSat, no Tocantins, com 26 programas, TV Brasil Central, em Goiás, com 27 programas, TVU de Pernambuco com 25 programas, TVE do Rio Grande do Sul e TV Cultura do Pará ambas com 20 programas, TVE Bahia com 17 programas e TV Cultura do Amazonas com 16 programas.

De maneira geral, os Estados com maior produção local foram: São Paulo (10,3%), Minas Gerais (9,4 %), Paraná (7,2%), Mato Grosso (7,1%), Ceará (4,9 %), Santa Catarina (4,7%), Pará (4,6 %), Pernambuco (4,2%), Bahia (4,1 %), Goiás (4,0%), Paraíba (3,7), Tocantins (3,8), Rio Grande do Sul (3,6%).

Em contrapartida, os Estados com menor número de programas foram: Roraima e Mato Grosso do Sul (1,1%), Amapá (1,2%), Distrito Federal (1,3%), e Rio de Janeiro (1,5), todos com menos de dois por cento do total dos programas listados nesta pesquisa.

Contudo, o tempo na grade de programação destinado a programas locais bem como a duração dos programas constituem outra referência de análise da produção regional de televisão. A maioria dos programas da base de dados tem duração de 30 minutos (35,9%), seguidos pelos programas com duração de uma hora (29,1%), daqueles com duração de 45 minutos (7%) e pelos programas com 20 minutos de duração (6,5%).

Quadro 7: Tempo total de programação local por Estado por minutos semanais[62]

Estado	Minutos de programação	Estado	Minutos de programação
SP	4372	GO	1462
MG	4052	SE	1440
PR	4010	AM	1348
MT	3920	ES	1328
SC	2335	RN	1328
CE	2323	PI	1270
BA	2140	AL	955
PB	2062	AC	860
TO	1835	RJ	608
PA	1780	DF	575
RS	1740	AP	528
MA	1687	MS	447
RO	1658	RR	384
PE	1648		

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Os programas com mais de uma hora e meia de duração foram mais identificados em Santa Catarina, 2; Rio Grande do Sul, 2; Rondônia, 2; Paraná, 6;

[62] Quantidade de programas por Estado cuja duração não foi identificada:

Acre	5	Paraná	1
Bahia	1	Rio Grande do Sul	2
Espírito Santo	1	Santa Catarina	2
Minas Gerais	1	Sergipe	1
Mato Grosso	6	São Paulo	5
Pará	9	Tocantins	2

Piauí, 2; Mato Grosso 3; Minas Gerais, 2; Ceará, 2. A maioria deles são programas de auditório, musicais, programas de debates e revista eletrônica, televendas e programas de jornalismo popular/policial, e encontram-se principalmente nas emissoras públicas e afiliadas à rede Record e SBT. São eles:

- Sem censura Pará (TV Cultura Pará - Pública);
- Tucumã e Toada (TV Cultura Amazonas - Pública);
- Grandes Temas (TVU Natal - Pública);
- Tribuna Livre (TV Miramar/PB - Pública);
- Cidade Esperança (TV Brasil Central/GO - Pública);
- Brasil Nação e Escola de Governo (TVE Paraná - Pública);
- Concertos TVE (TVE RS - Pública);
- Candelária Debate (TV Candelária/RO - Comercial);
- Programa Mariano (TV Antena 10/PI - Comercial);
- Balanço Geral DF (Record Brasília - Comercial);
- Revista (TV Gazeta Cuiabá - Comercial),
- Cidade Agora (TV Cidade Rondonópolis – Comercial);
- Balança Geral Minas (Record Minas - Comercial);
- Jornal do Meio-Dia (RIC Florianópolis - Comercial);
- Autos Negócios (RIC Cascavel/PR - Comercial);
- Balanço Geral (Record RS - Comercial);
- Especial Educativa (TVE Paraná - Pública);
- De bem com a vida (TV Candelária Ji Paraná - Comercial);
- Tolerância Zero (TV Atalaia/SE - Comercial);
- Shop car show (TV Paranaíba Uberlândia/MG - Comercial).

Quadro 8: Tempo de duração dos programas por Região do país

	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul	Total
Até 9 minutos	14	26	10	22	8	80
De 10 a 29 min	83	208	78	184	102	655
De 30 a 59 min	69	93	62	48	60	335
De 1h a 01h59	1	3	1	1	2	8
Mais de 02h00	16	2	6	7	5	36
Total	**210**	**410**	**179**	**323**	**207**	**1329**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Por outro lado, os programas com até 20 minutos de duração estão mais presentes nos seguintes Estados: Ceará, 15 programas; Minas Gerais, 13 programas; Paraná, 15 programas; Pará, 12 programas; Rio Grande do Norte, 12 programas; São Paulo, 33 programas. Os presentes dados apontam para um maior ritmo e um fluxo televisivo mais dinâmico, na programação destas emissoras, sobretudo porque uma maior quantidade de programas mobiliza equipes com mais profissionais, consequentemente apresenta maior diversidade de temáticas abordadas. São programas, em geral, religiosos, divulgação de instituições ou informação social, jornalismo rural, esportes e telejornalismo diário.

Alguns programas com menos de 20 minutos de duração são:

- Boletins informativos (como os das afiliadas Rede Globo em cada Estado - Comercial);
- Programete Imbra (TVB Campinas - Comercial);
- Caralâmpia (TVE Alagoas - Comercial);
- Momento Cemig (Rede Minas - Pública);
- Jornal Visual (Rede Minas - Pública);
- Seus Direitos (TV Miramar/PB - Pública);

Quadro 9: Tempo de duração dos programas por redes das afiliadas

	TV Brasil	Rede Globo	Rede Record	Rede SBT	Total
Até 9 minutos	10	59	1	10	80
De 10 a 29 min	37	165	53	144	215
De 30 a 59 min	163	133	165	194	655
De 1h a 01h59	145	11	114	64	333
Mais de 02h00	2	0	4	2	8
Não identificado	2	5	6	23	36
Total	**345**	**295**	**321**	**368**	**1329**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

A maioria dos programas locais de entretenimento é exibida uma vez por semana e aos domingos pela manhã; também ocorrem com boa frequência aos sábados pela manhã e durante a semana no período da tarde. Os programas informativos se concentram de segunda a sábado em torno do horário do almoço (12 às 14 horas) e às 19 horas; neste horário, a maior parte destes programas são os telejornais locais das afiliadas da Rede Globo, que reserva três horários diários para telejornais: manhã, meio-dia e à noite. Os educativos se concentram aos sábados e domingos pela manhã e durante a semana pela manhã. Os programas publicitários são mais veiculados durante a semana pela manhã e aos finais de semana; os Religiosos nos fins de semana, e durante a semana pela manhã e ainda durante a madrugada.

Quadro 10: Afiliadas das Redes que mais exibem reprises na grade de programação:

	Programas sem reprise	Programas reprisados	Total
TV Brasil	209	136	345
Rede Globo	293	2	295
Rede Record	310	11	321
Rede SBT	327	41	368
Total	**1139**	**190**	**1329**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

O tempo total destinado à programação local também inclui a exibição do programa mais de uma vez no decorrer da programação, em geral durante a madrugada, o que atende a vários públicos com alguma programação local. Esta dinâmica é evidenciada nas emissoras públicas: dos 345 programas relacionados, 136 são exibidos pelo menos mais de uma vez por dia. A maioria dos programas reprisados trabalha conteúdos não-factuais (debates, turismo etc).

Quadro 11: Estados que mais mantêm reprises na programação local:

	Programas reprisados	Total de programas
BA	10	54
CE	20	65
MG	31	125
PA	13	61
PR	24	96
RN	7	42
RS	14	48

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

6.2 Parcerias e Produções Independentes

Outro dado que merece atenção são as parcerias entre as emissoras e a promoção da produção independente e em co-produção com produtoras de audiovisual. Estas parcerias indicam o fomento e a configuração da pluralidade cultural na televisão regional[63]. Como já discutimos em capítulos anteriores, os programas independentes ou terceirizados podem tanto contribuir para a sustentação financeira da emissora, em geral percebido nas emissoras comerciais, como também demonstram a sua abertura à pluralidade e diversidade da produção audiovisual, refletindo as culturas e os interesses sociais diversos de um Estado e

[63]Para fins metodológicos desta pesquisa consideramos programas independentes e/ou terceirizados em um mesmo tópico tendo a vista a impossibilidade de se verificar todas os programas encontrados foram totalmente executados por uma produtora sem participação da emissora de televisão (independentes) ou se a emissora participa da produção de forma direta ou indireta, geralmente financiando o suporte estrutural da produtora (terceirizados). Ver capítulo 2 desta tese.

de uma região, em geral observado nas redes públicas. A tabela abaixo apresenta a distribuição dos programas produzidos por meio de parcerias e os programas terceirizados, encontrados na base de dados desta pesquisa.

Tabela 9: Parcerias na produção/exibição de programas locais das emissoras pesquisadas

	Globo	**Record**	**SBT**	**TV Brasil**	**Total**	**%**
Total geral de programas	295	321	368	345	**1329**	
Co-produção/Parcerias	-	2	7	51	**60**	**4,5**
Programas Independentes/Terceiri-zados	-	28	59	31	**118**	**8,9**
Parcerias TVs Públicas (DOC TV)	-	-	-	31	**31**	**2,3**
Programas em Parceria TV Comercial (EPTV/Globo Minas/Rede Amazônica)	23	-	-	-	**23**	**1,8**
Programas em Parceria TV Comercial (SBT Nordeste; Rede Massa)	-	-	9	-	**9**	**0,7**
Total	**23**	**30**	**75**	**111**	**241**	**18,2**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Esses dados demonstram que, proporcionalmente, as emissoras públicas produzem mais programas em forma de parcerias e co-produção, 6,8 % dos programas locais das emissoras públicas estudadas. O menor número de parcerias observado nas afiliadas da Rede Globo e de forma crescente nas afiliadas da Rede Record demonstra o maior controle das redes comerciais sobre suas afiliadas ou mesmo comodidade por parte destas emissoras regionais frente à grade de programação que é enviada pelas cabeças-de-rede.

Muitas emissoras comerciais locais não utilizam os horários proporcionados pela rede à qual está afiliada para a programação regional em geral devido ao alto custo das produções locais bem como da necessidade de investimentos em pesquisas e desenvolvimento de formatos que garantam a aceitação do público local. “Ao invés de ser uma fonte de recursos lucrativa, a TV regional pode se transformar numa grande dor de cabeça para quem não sabe administrá-la” (BAZI, 2001, p. 45).

Os Estados com mais programas locais independentes/terceirizados são: Santa Catarina (29 programas independentes/terceirizados), Tocantins (18 programas, destes programas, 15 são veiculados na emissora pública TV Redesat, sendo que 7 deles estão ligados a grupos religiosos), Bahia (10 programas) e Mato Grosso e São Paulo (ambos com 9 programas).

Contudo, cabe ainda salientar que a participação de programas independentes nas grades regionais não é garantia de qualidade dos mesmos, pois muitos interesses locais, políticos e econômicos, estão aí presentes.

6.3 Categorias Televisivas

A partir do cruzamento das principais categorias televisivas dos programas locais dispostos na base de dados da pesquisa chegou-se aos seguintes resultados: do total de 1329 programas, a maioria é de *informação,* 662 programas (49,8%), seguido do *entretenimento*, 502 programas (37,7%). Um dado que cabe destaque, apesar da frequência relativamente baixa em relação ao todo dos programas regionais analisados, é a quantidade de programas religiosos, 73 programas (5,5%), que estão presentes em emissoras públicas e comerciais e não necessariamente com direção ou propriedade ligada a grupos religiosos.

Um aspecto importante para discutir, neste momento, é a centralidade e o controle exercidos pela televisão no corpo social, como instituição também organizadora das relações sociais. É válido verificar que os modelos simbólicos apresentados pela televisão se encontram tanto nos programas de entretenimento quanto nos informativos. Por um lado, está a informação transformada em fetiche do mundo contemporâneo. Em todas as emissoras comerciais analisadas são os programas informativos que somam maioria. No entanto, a diferença em favor da informação é maior nas emissoras afiliadas à Rede Globo: dos 295 programas relacionados, 198 são informativos, conforme verifica-se na tabela 11 abaixo.

Por outro lado, o entretenimento tem maior relevância nas emissoras públicas, o que pode evidenciar um investimento em programas que trabalham

temas como manifestações culturais tradicionais, cinema, música e artes em geral. São programas ligados à diversão e ao lazer, com aspectos de democratização da cultura e das artes. Temáticas que são distintas das abordadas em programas de auditório ou em programas destinados à cobertura de eventos e festas e à vida das celebridades artísticas, como é comum na programação das redes comerciais nacionais. Portanto, o entretenimento na programação regional não deve ser classificado antecipadamente como alienante e dirigido às massas operárias, dentro de uma visão marxista da reprodução da força de trabalho[64]. O entretenimento pode trabalhar códigos e representações mais polissêmicos, que atualizam e (re)constroem novos sentidos e significados para a vida em sociedade, para o sujeito como indivíduo e como coletividade. Neste contexto, a multiplicidade de sentidos pode permitir uma maior reflexividade pessoal e social.

Tabela 10: Categorias televisivas dos programas locais por Estado da federação

	Entreteni-mento	Informa-tivo	Educativo	Publici-dade	Especial	Religioso	**Total de programas**
SP	59	64	0	14	0	0	**137**
MG	55	61	0	5	0	4	**125**
PR	37	47	3	6	0	3	**96**
MT	28	58	0	4	0	5	**95**
CE	30	25	4	2	0	4	**65**
SC	24	22	2	7	0	8	**63**
PA	18	39	2	0	0	2	**61**
PE	22	31	2	0	0	1	**56**
BA	22	20	2	5	0	5	**54**
GO	19	16	1	3	0	14	**53**
TO	18	18	1	4	0	9	**50**
PB	18	25	1	0	0	5	**49**
RS	28	19	0	1	0	0	**48**
MA	12	28	0	1	0	3	**44**
RN	10	24	7	1	0	0	**42**
ES	18	21	1	0	0	1	**41**
SE	14	15	1	1	1	4	**36**
AL	13	18	0	1	0	1	**33**
PI	16	15	0	0	0	0	**31**
AM	11	20	3	0	0	0	**28**
RO	11	16	1	2	0	2	**26**

[64] Ver DUMAZEDIER, J.. **Lazer e Cultura Popular**. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

	Entreteni-mento	Informa-tivo	Educativo	Publici-dade	Especial	Religioso	**Total de programas**
AC	7	18	0	1	0	2	**22**
RJ	3	17	0	0	0	0	**20**
DF	7	10	0	0	0	0	**17**
MS	4	8	1	1	0	0	**14**
AP	3	12	0	0	0	0	**9**
RR	3	11	0	0	0	0	**8**
Total	**502**	**662**	**32**	**59**	**1**	**73**	**1329**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Observando a produção de entretenimento e de programas informativos por Estado percebemos uma variação em favor da informação nos Estados em que a produção local é mais restrita, talvez pelo fato de as emissoras investir menos recursos em pessoal para produzir outros gêneros e formatos de programas, o que em geral exige maior investimento. Por outro lado, nos Estados onde as redes regionais são mais fortes, e onde a demanda por informações coincide com regiões política e economicamente centrais, como o Distrito Federal, São Paulo e Minas Gerais, o jornalismo pode se beneficiar na medida em que se formam equipes de reportagem mais estruturadas e articuladas às redes-mãe.

Os Estados com maior número de programas locais de televisão na categoria de entretenimento, se comparados com os programas informativos, também coincidem com regiões de movimentação econômica forte. Isto nos permite entender que a relação entre entretenimento e informação depende de diversos fatores, culturais, sociais e econômicos. Os Estados com maior quantidade de programas locais de entretenimento em favor dos informativos são: Ceará, Rio Grande do Sul e Goiás. Por outro lado, os programas informativos se destacam em relação aos de entretenimento nos Estados da Região Norte e ainda no Mato Grosso, Rio Grande do Norte, Maranhão, Pará, Rio de Janeiro e Paraná.

São dados que já apontam novas perspectivas na definição de um "mercado simbólico", conforme explica Inesita Soares de Araújo[65], em que os fatores de mediação constituem os modos de produção de um conteúdo comunicativo, neste

[65] **C.F:** ARAÚJO, I. S.. **A Reconversão do Olhar - Prática discursiva e produção dos sentidos na intervenção social**. 1. ed. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2000; ARAÚJO, I. S.. *Polifonia e concorrência discursiva: o método do mapa do mercado simbólico*. UNIrevista (UNISINOS. Online), v. 1, p. 23, 2006.

caso, televisivo. Dentro desta perspectiva, é possível pensar em uma comunicação menos linear e que evidencie as diferenças entre seus "públicos consumidores". Diferenças estas as quais se encontram no cotidiano, nas práticas e táticas das pessoas, no dizer de De Certeau (1994), que colocam as audiências dentro de uma situação de consumo diferenciada: por meio da produção de sentidos e bens simbólicos com vistas a uma intervenção efetiva no tecido social[66].

Tabela 11: Categorias televisivas por emissoras/rede

	TV Brasil	Rede Globo	Rede Record	Rede SBT	Total	%
Entretenimento	147	90	123	142	502	**37,7**
Informativo	131	198	172	161	662	**49,8**
Educativo	26	1	3	2	32	**2,4**
Publicidade	6	0	19	34	59	**4,4**
Especial	1	0	0	0	1	**0,1**
Religioso	34	6	4	29	73	**5,5**
Total	**345**	**295**	**321**	**368**	**1329**	**100,0**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Os dados acima confirmam o predomínio dos gêneros jornalísticos na programação local das afiliadas à Rede Globo. O entretenimento e informação estão mais equilibrados na programação local das demais emissoras regionais estudadas. Na tabela abaixo, as categorias televisivas gerais de programas estão confrontadas com a região do país e nos informa sobre as situações peculiares e singularidades das regiões e dos Estados. As regiões Sudeste e Sul apresentam um quadro mais equilibrado no que se refere à presença de programas de entretenimento e informativo.

[66]C.F.: CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995

Tabela 12: Categorias televisivas por região do país

	Norte	Nordeste	Centro Oeste	Sudeste	Sul	Total
Entretenimento	63	157	58	135	89	**502**
Informativo	118	201	92	163	88	**662**
Educativo	7	17	2	1	5	**32**
Publicidade	7	11	8	19	14	**59**
Especial	0	1	0	0	0	**1**
Religioso	15	23	19	5	11	**73**
Total	**210**	**410**	**179**	**323**	**207**	**1329**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Um dos destaques observados na análise dos dados é a presença de programas de vendas em quantidade maior na região Sudeste, possivelmente por ser este o maior mercado consumidor do Brasil. Ao buscarmos a incidência de categorias de programas televisivos por Estado da federação, o cenário que se destaca é o seguinte: Na categoria *publicidade*[67], São Paulo (14 programas), Santa Catarina (7 programas), Paraná (6 programas) e Minas Gerais e Bahia (ambos com 5 programas) são os Estados com maior presença do formato televenda e divulgação de produtos e serviços de anunciantes, a maioria presente nas afiliadas das redes comerciais Record e SBT: dos 59 programas locais relacionados ao gênero em questão, 34 estão presentes nas afiliadas do SBT.

Outro aspecto que demonstra características diferenciadas e, portanto, estratégias singulares na produção e consumo de programas de televisão, comparando cada região e Estado, mostra-se na concentração dos programas religiosos nos Estados de Goiás (14 programas), Tocantins (9 programas), Santa Catarina (8 programas) e Bahia, Mato Grosso e Paraíba (5 programas cada um), e mais presentes nas afiliadas do SBT e nas emissoras públicas: dos 73 programas religiosos relacionados, 34 são da rede pública e 29 da rede SBT.

Os programas classificados na categoria televisiva *educação*, conforme explicamos no capítulo III deste trabalho, estão concentrados na Região Nordeste.

[67] Conforme descrito nos procedimentos metodológicos, capítulo III deste trabalho, os gêneros publicitários na televisão se dividem entre a divulgação de seus próprios produtos da emissora e dos produtos de seus anunciantes. Dentre os gêneros da publicidade estão chamada de patrocínio, filme comercial, programa político, sorteio e telecompra ou televenda.

Os Estados do Rio Grande do Norte (7 programas), Ceará (4 programas), Paraná e Amazonas (ambos com 3 programas) e Bahia, Pará, Pernambuco e Santa Catarina (com 2 programas cada) são os que se destacam na produção local desta categoria televisiva. A TV Redesat transmite teleaulas do programa de ensino à distância da Universidade do Tocantins (Unitins). Historicamente, na década de 1980, o papel da televisão com fins educativos funcionava especificamente no Rio Grande do Norte, no Maranhão e no Ceará (FROTA NETO, 1993, p. 70).

6.4 Gêneros e Formatos

Os dados encontrados sobre os gêneros mais frequentes nos programas televisivos das emissoras regionais trabalhadas nesta pesquisa diferiram pouco do que se verifica nas grades de programação das redes nacionais. Na categoria televisiva de informação, os telejornais se destacam, compondo 38,8% do total de programas. Em seguida, os gêneros de maior destaque são: variedades (18,3%), programas religiosos (5,3% - observar que dois programas classificados como religiosos em categorias televisivas foram incluídos no gênero transmissão ao vivo – missa e culto), programas esportivos (7,7%)[68], programas musicais (3,9%), debates (3,8%), televenda (3,7%), programas de entrevistas (3,0%) e revistas eletrônicas (2,7%).

[68]O índice de programas esportivos constituído por 7,7% dos programas locais das emissoras regionais confirma o papel dessa área na TV e como mediadora social, comandado, no Brasil, pelo futebol (ARONCHI, 2004: 90).

Tabela 13: Gêneros e categorias televisivas da programação regional[69]

	Entreteni-mento	Informa-tivo	Educativo	Publici-dade	Especial	Religi-oso	Total	%
Auditório	6	-	-	-	-	-	6	**0,5**
Colunismo social	22	-	-	-	-	-	22	**1,7**
Culinário	11	-	-	-	-	-	11	**0,8**
Docudrama	27	1	-	-	-	-	28	**2,1**
Esportivo	102	-	-	-	-	-	102	**7,7**
Filme	1	-	-	-	-	-	1	**0,1**
Game show - competição	7	-	-	-	-	-	7	**0,5**
Humorístico	5	-	-	-	-	-	5	**0,4**
Infantil	5	-	-	-	-	-	5	**0,4**
Interativo	1	-	-	-	-	-	1	**0,1**
Musical	50	2	-	-	-	-	52	**3,9**
Quiz show - perguntas e respostas	1	1	-	-	-	-	2	**0,2**
Revista eletrônica	26	10	-	-	-	-	36	**2,7**
Talk show	18	3	-	-	-	-	21	**1,6**
Variedades	203	30	3	7	-	-	243	**18,3**
Debate	4	46	-	1	-	-	51	**3,8**
Documentário	2	2	-	-	1	-	5	**0,4**
Entrevista	4	36	-	-	-	-	40	**3,0**
Telejornal		515	-	-	-	-	515	**38,8**
Educativo	-	-	21	1	-	-	22	**1,7**
Instrutivo	-	-	7	-	-	2	9	**0,7**
Político	-	-	-	1	-	-	1	**0,1**
Sorteio (prêmios)	-	-	-	1	-	-	1	**0,1**
Telecompra	-	-	1	48	-	-	49	**3,7**
Religioso	-	-	-	-	-	71	71	**5,3**
Transmissões	3	5	-	-	-	-	8	**0,6**
Reportagens especiais	3	10	-	-	-	-	13	**1,0**
Desconhecido	2	-	-	-	-	-	2	**0,2**
Total	**503**	**661**	**32**	**59**	**1**	**73**	**1329**	**100,0**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

[69] A variável "desconhecido" refere-se aos programas em que não foi possível identificar gênero, formatos e/ou temáticas.

Outra observação refere-se à produção de filmes e documentários (docudramas, 2,1%; filmes, 0,1%; documentário, 0,4%), os quais somam 2,6% da produção televisiva local nas emissoras relacionadas nesta pesquisa. Esta produção audiovisual se refere em sua maioria à veiculação nas emissoras públicas de produções desenvolvidas pelo programa DOCTV[70]. Referem-se ainda aos programas que exibem documentários e curta-metragem também nas emissoras comerciais. Contudo, alguns dos programas referenciados foram classificados como gênero de *variedades* e nesse sentido o percentual efetivo de dramaturgia é maior. Exceto o DOCTV, os programas abaixo relacionados encontram-se nos gêneros e formatos de produção audiovisual de dramaturgia e documentários:

- *Especiais de Sábado* da RBS TV do Rio Grande do Sul e RBS TV de Santa Catarina e *Especiais EPTV*, de São Paulo, os quais apresentam teledramaturgia sobre história e cultura da região e temas cotidianos;
- Os programas de documentário e reportagens *Sementes*, da TV Cultura do Pará, *Especial Aperipê*, em Sergipe, e *Documento Nordeste*, da TVU de Pernambuco;
- Os programas de documentário *Documentários*, da TV Cultura do Pará, e *Faixa Doc*, da Rede Minas;
- Os programas de curta-metragens *Curta Minas,* da Rede Minas, *Curta Piauí*, da TV Antares, *Curta Pernambuco,* da TVU de Pernambuco, *CurtaVídeo,* da TV Educativa do Espírito Santo, *Sextas Baianas,* da TVE da Bahia e *Agora Curta,* da Globo Nordeste.

A análise dos formatos merece atenção tendo em vista que é no formato que se tem evidenciado experiências para a construção de uma linguagem televisiva por meio dos usos de seus códigos audiovisuais específicos, como vimos em capítulos

[70] Programa de incentivo à produção audiovisual, lançado em 2003, por meio de convênio entre a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, TV Cultura e a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), que disponibiliza recursos para obras em cada Estado da federação. Os produtos são exibidos pela rede Pública de Televisão, TV Brasil.

anteriores[71]. A base de dados da presente pesquisa revela, portanto, tanto os formatos com maior frequência na programação regional da televisão aberta no Brasil, como a sua hibridização, os múltiplos usos de um mesmo formato em vários gêneros de programas de TV, construindo discursos cada vez mais plurais e híbridos na linguagem televisiva.

Dentre os formatos mais usuais nos programas regionais relacionados nesta pesquisa encontramos aqueles com base no: telejornal – em geral diários, veiculam notícias factuais - (33,3%) e noticiário – informam sobre assuntos diversos como os jornais rurais, comunitários, culturais etc - (6,1%); programas de reportagens (10,9%); revista (10,2%); *talk-show* (7,7%); entrevista (5,5%) e debate (3,7%); e boletins ou *flashes* (3,9%). Os programas em formato boletim ou *flashes* aparecem como alternativa para as emissoras regionais, pois são produções com custos mais baixos e ao mesmo tempo podem inserir características e conteúdos locais no decorrer da grade de programação e assim reforçar a imagem local da emissora.

Alguns exemplos da hibridização de gêneros e formatos e da experimentação por parte das emissoras regionais podem ser vistos nos seguintes programas:

- Programas *Cena Musical*, TV Cultura do Pará – emissora pública;
- *Carrossel da Saudade*, TV Cultura do Amazonas – emissora pública;
- *Café Filosófico*, TVU do Rio Grande do Norte – emissora pública;
- *Don & Juan e sua História*, TV Alterosa de Minas Gerais – emissora comercial;
- *Café com TV*, TV Alterosa em Varginha/Minas Gerais – emissora comercial;
- Telejornal *Cidade Viva* e *Jornal do Piauí*, TV Cidade Verde do Piauí – emissora comercial;
- *Vídeo-Verso*, da TV Cultura do Pará – emissora pública.

Consoante aos dados encontrados sobre os programas regionais relacionados neste trabalho no que diz respeito à hibridização, observamos que: o

[71] C.F.: CASTRO, M.L.D.de (orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: editora Sulina, 2006. MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4. Ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005. REVISTA SYMPOSIUM. Ano 5, nº 1, janeiro-junho/2001, ISSN 0039-7695.

formato entrevista é utilizado tanto em programas informativos (40 programas) quanto em programas de entretenimento (29 programas); o formato noticiário, em geral ligado a programas informativos, tem sido usado como preferencial em 79 dos programas de entretenimento listados na base de dados; do mesmo modo a reportagem foi encontrada como formato preferencial em 59 programas de entretenimento e em 70 programas da categoria informação.

Por outro lado, o *talk-show*, formato que evidencia a performance do apresentador como base para a identificação do programa com o seu público, foi preferencial em pelo menos um programa nas cinco categorias televisivas destacadas: entretenimento (60 programas), informação (11 programas), educação (um programa), publicidade (17 programas), religioso (5 programas). Observa-se, ainda, que muitos programas de jornalismo de caráter popular, que abordam conteúdos sobre demandas comunitárias e assuntos policiais, têm no seu apresentador o elo mais forte com as audiências locais/regionais, como nos programas *Tolerância Zero*, da TV Atalaia de Sergipe, ou *Se liga, Bocão*, da TV Itapoá da Bahia.

Os dados também mostram a presença de programas produzidos por meio de vários formatos, como entrevistas, exibição de reportagens ou de outro produto audiovisual, participação ao vivo do público por telefone ou enquetes, entre outros. O formato revista eletrônica também apresentou frequência significativa, sendo preferencial em 120 programas de entretenimento, 11 informativos, e em três programas religiosos. Estes dados evidenciam a busca por maior dinamismo e agilidade nas linguagens dos programas regionais de TV, pelo uso da criatividade como estratégia para diminuir a necessidade de recursos financeiros no desenvolvimento das produções.

Programas de debates, mesas redondas e entrevistas, formatos mais relacionados à categoria informativa, em geral tendem a favorecer a crítica política e social. Os debates estão proporcionalmente mais presentes na Região Nordeste e nas emissoras da rede pública. As entrevistas estão mais frequentes na Região Norte, a qual ganha ainda mais destaque tendo em vista que é uma das regiões com menor produção local na televisão aberta. Do mesmo modo, programas que tratam de assuntos especializados, que abordam política, economia, educação, saúde, por

exemplo, e outros que abordam temas não-factuais[72] da realidade regional, proporcionalmente ao total de programas locais, estão mais presentes na Região Norte. É importante ressaltar que a maioria dos programas em questão encontra-se no Estado do Pará e em emissoras públicas.

Percebe-se que estas duas Regiões, Norte e Nordeste, promovem mais espaços de debates de sua realidade e dos contextos sociais do que as demais, por meio de programas de debates e entrevistas mais abertos a pluralidade de ideias. E estes debates são geralmente impulsionados pelas próprias emissoras ligadas ao Estado.

6.5 Temáticas e Regionalidade

As temáticas principais de cada programa regional relacionado na base de dados deste trabalho também foram pesquisadas. Em decorrência do predomínio do gênero telejornal e da importância que os meios de comunicação (a sociedade contemporânea) têm dado ao que chamamos “atualidade”, os fatos do dia a dia compõem cerca de1/4 dos programas regionais, 27,5%. Temáticas que também estão inseridas na categoria *informação*, geralmente apresentadas em forma de debates, entrevistas e mesas-redondas, e que exploram assuntos específicos como aspectos da realidade regional e outros como política, economia, cinema etc., somaram 13% da totalidade dos programas regionais. Os temas mais abordados encontram-se em destaque na tabela 14 a seguir:

[72] Em oposição ao conceito de notícia, que tem sido objeto de discussões teóricas. Notícias podem ser definidas como relatos de fatos importantes para a sociedade, mas eles o são de acordo com certos critérios e valores: os valores-notícia ou critérios de noticiabilidade, dos quais se destacam a atualidade, a proximidade das audiências, a notoriedade das pessoas envolvidas e o interesse humano. Não entraremos nesta discussão tendo em vista que não é objetivo desta pesquisa. Ver: JORGE, T. de M. **Manual do foca: guia de sobrevivência para jornalistas**. São Paulo: Contexto, 2008; PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005; ERBOLATO, M. **Técnicas de codificação em jornalismo**. SP: Ática, 1991.

Tabela 14: Principais temáticas dos programas regionais da pesquisa

Temáticas	%
Notícias e informações gerais do dia (factual	27,5
Esporte local	7,1
Policial, denúncias e jornalismo popular que aborda demandas comunitárias	5,9
Debates e entrevistas sobre atualidades e realidade regional (não-factual)	5,0
Variedades com temas diversos	4,1
Cobertura de festas e eventos e colunismo social	3,1
Conselhos e ajuda espirituais e temas religiosos	4,7
Agronegócios e notícias do meio rural	3,2
Temas relativos à política, economia e educação	3,2
Divulgação de produtos e serviços e venda de produtos.	3,8
Promoção do turismo por meio das configurações locais (natureza e aspectos histórico-culturais)	3,0
Cidadania, responsabilidade social, utilidade pública, temas sociais diversos	2,5
Programas educativos, instruções diversas e/ou divulgação científica	2,8
Revistas voltadas ao público juvenil, com shows e clipes musicais, debates etc.	2,3
Música regional	2,2

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

É possível observar que os programas sobre temas diversos definidos como variedades, (tabela 14), são representados por programas dedicados ao público feminino: revistas eletrônicas, programas de culinária, sobre festas e eventos sociais entre outros somam 13% dos programas regionais relacionados. Outros programas com temáticas variadas foram agrupados, por questões metodológicas, em outras linhas temáticas, assim, o gênero televisivo *variedades* apresenta um percentual maior de programas.

Sintetizamos, no quadro abaixo, os temas encontrados, dados que ao tempo em que mostram os principais aspectos da tematização da televisão regional também indicam a manutenção de estratégias mais gerais referentes à programação da TV aberta no Brasil.

Tabela 15: Síntese das temáticas dos programas regionais de televisão comercial

Temáticas	Programas	%
Notícias e informações gerais do dia (factual).	366	27,5
Variedades: Moda, beleza, saúde, comportamento, culinária, colunismo social, revista jovem: música, debates, outros temas.	172	13,0
Temas da realidade regional e do cotidiano local (não-factual); temáticas especializadas como: política, economia, educação, televisão, cinema, informação.	117	8,8
Cidadania, responsabilidade social, utilidade pública, policial, demandas comunitárias.	112	8,4
Esporte local, Esportes automotores	105	7,9
Cultura regional: Folclore, culinária regional, música regional, manifestações culturais, patrimônio histórico-cultural, biografias.	81	6,1
Conselhos espirituais, psicológicos e intimistas Missa ou culto	75	5,6
Mercado Cultural: Agenda e roteiro cultural e artístico local, programas sobre artes (música, literatura, cinema, teatro etc), e programas musicais (shows e/ou clipes)	53	4,0
Vendas; Divulgação de produtos e serviços	50	3,8
Promoção do Turismo: natureza e aspectos culturais locais, aventura, meio ambiente, esportes radicais, pescaria.	49	3,7
Agronegócios e notícias do meio rural	42	3,2
Educação, instruções diversas, divulgação científica Aulas, supletivo	40	3,0
Informativo de órgãos ou empresas (universidades, Senac, Câmara legislativa etc)	24	1,8
Programas de humor, jogos, humor com interação com o público	23	1,7
Exibição de produto audiovisual (vídeo, documentário, curta-metragem)	14	1,1
Cultura popular, das periferias, minorias	1	0,1
Desconhecido	5	0,4
Total	**1329**	**100,0**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

As temáticas que abordam a cultura local, o folclore, roteiros turísticos referentes ao patrimônio histórico e natural dos Estados compõem 8,3% do total dos programas locais. Com a participação da música regional soma-se mais de 10% de programas que abordam os códigos culturais referentes a cada região do país de forma direta. Proporcionalmente ao número total de programas regionais por região do país as regiões Centro Oeste e Sul são as que investem mais em programas que abordam a cultura local.

A música regional ganha destaque neste cenário, sobretudo nos Estados do Amazonas, Ceará, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo, configurando-se como um laço cultural e identitário de um território. A Rede Minas se destaca na produção de programas musicais que se encontram fora tanto dos aspectos regionais quanto do mercado cultural. Listamos os programas: Noturno, (música instrumental), Harmonia (música erudita), e Outros Sons, (música antiga). Da mesma forma a TV Cultura do Pará, com o programa *Timbres*. Os Estados que se destacam com programas musicais, em geral, em sua grade local são: Minas Gerais (7 programas), Rio Grande do Sul (6 programas), Ceará (5 programas), Mato Grosso (5 programas), Paraná (5 programas), Pará e São Paulo (ambos com 4 programas), além dos Estados de Amazonas (2 programas), Goiás (2 programas), Piauí (2 programas), Tocantins (2 programas), Maranhão (1 programa), Pernambuco (1 programa), e Sergipe (1 programa).

É importante destacar que a música de maneira geral, desde a música regional à exibição de clipes musicais voltados ao público jovem, apresentou-se como uma importante mediadora, pois muitos programas classificados neste trabalho como de gênero variedades (programas sobre artes e culturais, por exemplo) abordam com frequência o tema e exibem apresentações musicais. Somados estes programas poderemos encontrar até 23,1% de programas que apresentam música de alguma maneira.

A tendência de algumas temáticas encontradas nos programas analisados aponta para o fato de as audiências locais buscarem a visibilidade de si mesmas (BAZI, 2001; CAMPONEZ, 2003). A presença do colunismo social e cobertura de festas e eventos, dos programas de entrevistas com temas em geral ligados a questões locais, a presença dos artistas e dos aspectos turísticos, naturais e culturais dos Estados que são veiculados para o próprio público local/regional ou do jornalismo comunitário/de proximidade, demonstram a importância dada pela TV local em mostrar a região para o próprio público.

Contudo, cabe análise especial à intenção na formação de um público consumidor local paralelo à valorização destas relações de pertencimento. O colunismo social, por exemplo, é destaque tanto em grandes centros urbanos e consumidores quanto em regiões com menor população e desenvolvimento econômico, e permeia transversalmente os programas regionais. É uma temática

que se destaca nos seguintes Estados: Minas Gerais (5 programas), Ceará (3 programas), Sergipe e Tocantins (ambos com 2 programas), Acre Goiás e Santa Catarina (com um programa em cada Estado).

A valorização do público local, das comunidades e dos aspectos peculiares os quais conformam e fortalecem as identidades culturais, constituem-se a marca da programação local no Brasil. Programas como o *Terra e Mar*, da TV Gazeta, afiliada à Rede Globo em Alagoas, exemplifica: "Com linhas sonoras do maestro Almir Medeiros, o programa retrata Alagoas para os Alagoanos"[73].

Quadro 12: Temas regionais por Região do país nas coligadas às redes Globo, Record, SBT e TV Brasil

	Policial	**Humor e jogos**	**Folclore, música regional e tradições culturais locais**	**Total geral de programas**
Norte	15	3	6	210
Nordeste	26	15	11	410
Centro Oeste	22	3	8	179
Sudeste	9	1	8	323
Sul	7	1	10	207

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Além dos enfoques regionais e das abordagens de assuntos específicos de cada Estado ou região, outro recorte na análise dos dados mostra algumas tendências e peculiaridades na programação regional. Na Região Nordeste, Norte e Centro Oeste são comuns os gêneros de humor e conteúdos relativos à segurança pública, programas policiais. A frequência de programas com enfoque policial é de 5,9% em relação às temáticas abordadas em todos os programas da base de dados desta pesquisa. Aliado aos programas que enfatizam a cidadania, utilidade pública com destaques às demandas comunitárias, bem como a abordagem de temas sociais diversos e da responsabilidade social da sociedade civil e de empresas, encontramos 8,4% dos programas regionais das emissoras estudadas.

[73] Sinopse do programa. Disponível em: http://comercial.redeglobo.com.br/prog_local/nordeste_tvgazeta.php.

A presença das temáticas citadas mostra que esta é uma forma de elevar os índices de audiência e faturamento das emissoras locais, tendo em vista que este tipo de programa é de baixo custo e garante a audiência local. Em geral, são programas exibidos no horário do almoço, uma vez que nestas regiões e em cidades interioranas é comum as pessoas se encontrarem em casa no horário do almoço[74].

Contudo, para alguns autores, o encontro de jornalismo e polícia pode servir como estratégia para revelar um tipo de jornalismo social e a imagem da emissora como defensora dos direitos da população ao aliar as finalidades comuns das duas entidades, qual seja a busca da paz e da ordem pública (ERBOLATO, 1990). Esse tipo de jornalismo não é recente na história da TV e muitas vezes é condicionado pela precariedade de equipamentos e de profissionais das emissoras bem como pela busca de audiência com o apelo a programas popularescos. Outro fator, no entanto, contribui para a presença destes programas na Região Nordeste: o senso comum que representa a *pobreza* e a *carência* como determinantes das condições de vida da população nordestina (BARROSO, 1996).

Os programas policiais são mais encontrados nos seguintes Estados: Mato Grosso (17 programas), Maranhão (6 programas), Paraíba (7 programas), Paraná (6 programas), Pará (5 programas), Rondônia (4 programas), São Paulo (4 programas), Minas Gerais (3 programas), Tocantins (3 programas), Bahia (3 programas), Pernambuco (3 programas), Alagoas (2 programas), Amazonas (2 programas), Ceará (2 programas), , Goiás (2 programas), Mato Grosso do Sul (2 programas), Rio de Janeiro (2 programas), Rio Grande do Norte (2 programas), Rio Grande do Sul (1 programa), Sergipe (1 programa), Distrito Federal (um programa) e Acre (um programa).

Os programas de humor também encontram seu nicho. Os dados desta pesquisa mostram sua massiva presença nos Estados da região Nordeste, sendo o Ceará referência na produção de quadros, personagens e programas de humor, inclusive em âmbito nacional. O Estado apresenta a maior incidência de programas de entretenimento, sobretudo que prezam pelos jogos e pelo humor: 18 programas com abordagens desse tipo. Outros Estados têm aderido ao gênero, que é constante na televisão brasileira, de maneira especial os Estados das regiões Norte e Centro

[74] Sobre este assunto, ver: REVISTA VEJA, Ed. 2124, ano 42, n. 31, 5 de agosto de 2009, pp.144-151.

Oeste, como se verifica na tabela 15 e no quadro 11 acima. Um programa que utiliza a fórmula dos programas humorísticos encabeçados pelo Estado do Ceará, de estilos debochados e popularescos, é o programa do SBT Acre, a TV Rio Branco, *Gorete é Show*. Outro programa que segue a mesma linha é *Papeiro da Cinderela*, da TV Jornal de Pernambuco, que também é exibido na TV Alagoas.

Todavia, os programas de humor, *game show* e competições não são prerrogativas da Região Nordeste. Os Estados que apresentam programas humorísticos e jogos são: Acre, Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso, Pará, Paraíba, Piauí e Santa Catarina. Cabe observar que alguns programas especiais utilizam-se do humor. Por exemplo, podem ser citados quadros de programas especiais exibidos no período das festas juninas em emissoras do Nordeste, ou algumas séries exibidas pela Rede RBS no programa *Especiais de Sábado*, como *Fantasias de uma dona de casa* e *Aventuras da família Brasil*.

Cabe esclarecer ainda que no Estado do Ceará muitos programas foram classificados no gênero variedades mas mantém quadros humorísticos, o que amplia a presença deste gênero no Estado. Os Estados que mais investem em programas de entretenimento abordando vários assuntos e formatos são: Ceará (13 programas de variedades para 12 telejornais), Sergipe (8 programas de variedades para 9 telejornais), Rio Grande do Sul (12 programas de variedades para 14 telejornais) e Rondônia (7 programas de variedades para 10 telejornais).

Sob outro recorte, observa-se nos dados apresentados que muitos programas que trabalham a promoção do turismo articulam esta temática ao meio ambiente, agregando ainda outros temas, como pesca, esportes radicais, passeios culturais, entre outros. Esta observação evidencia uma tendência de valorização das culturas locais e dos modos de vida tradicionais, dos valores compartilhados no âmbito regional e local, como fator essencial para a aplicação de um novo espírito coletivo em favor da qualidade de vida e da preservação dos recursos naturais. Estas temáticas compõem 3,7% dos programas regionais relacionados nesta pesquisa.

Quadro 13: Temáticas relacionadas ao meio ambiente na programação de televisão regional

	Meio Ambiente e Pesca	Turismo, meio ambiente, esportes e culturas tradicionais	Agronegócios e notícias do campo	Total geral de programas
Norte	1	8	3	210
Nordeste	1	8	8	410
Centro Oeste	-	2	6	179
Sudeste	4	20	15	323
Sul	1	4	10	207

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Tomando como referência o meio ambiente, percebe-se, neste caso, o caráter transversal e transdisciplinar das questões ligadas à preservação dos recursos naturais e à qualidade de vida bem como o papel educativo da comunicação para o fomento do desenvolvimento sustentável. Assim, duas situações se destacam no contexto televisivo regional no que se refere ao meio ambiente: Por um lado, a opção pela universalidade no tratamento dos problemas que atingem o meio ambiente e os estilos de vida e consumo contemporâneos dentro de um contexto transdisciplinar, em que tais temáticas inserem-se nas particularidades sócio-culturais locais.

Por outro lado, há um silenciamento dos problemas ambientais regionais com pouco tratamento específico e loca destes problemas, pois os programas que tratam especificamente de ecologia e meio ambiente são poucos, sendo mais destacados na programação das cabeças-de-rede.

Cabe destacar, entretanto, que as redes estão cada vez mais articuladas com as emissoras afiliadas, buscando integrar as equipes locais nos conteúdos veiculados nacionalmente, embora o tratamento da notícia, logicamente, siga o padrão de transmissão da rede nacional e suas implicações em relação às diferenças regionais. Das emissoras listadas na base de dados desta pesquisa, apenas a TV Diário, afiliada à Rede Globo em São Paulo, mantém programa de reportagens enfocando diretamente o meio ambiente, o *Diário Ecologia*. Por outro lado, o programa Terra da Gente, produzido pela EPTV de São Paulo, é exibido em outras praças de emissoras parceiras da Rede Globo, ampliando a presença da

temática meio ambiente, neste caso vinculado à pesca e turismo, para outras regiões do Brasil.

Outras temáticas encontradas referem-se aos programas voltados aos públicos infantil e jovem, ainda pouco explorados pelas emissoras regionais de televisão aberta. Os programas voltados para o público infantil restringem-se a cinco; destes, quatro trabalham com temáticas relacionadas ao folclore, lendas, histórias tradicionais, seja com apresentação de atores caracterizados ou por meio de bonecos e fantoches, e são exibidos em emissoras públicas. Os programas infantis encontrados são: *Catalendas*, da TV Cultura do Pará; *Caralâmpia*, da TVE de Alagoas; *Dango Balango*, da Rede Minas; *Pandorga*, da TVE do Rio Grande do Sul; e *Mundo do Chiquinho*, da TV Itapoan da Bahia.

Os programas destinados ao público jovem são produzidos, em geral, no formato revista e buscam o dinamismo como referencial, por meio de chamadas ao vivo, passeios, entrevistas, shows entre outros recursos. O formato revista eletrônica sobre música, aventura e debates de assuntos do universo jovem compõe 2,3% do total de temáticas abordadas nos programas regionais relacionados nesta pesquisa. As revistas jovens somadas aos programas que exibem clipes musicais e informações sobre música, em geral o estilo pop-rock, (1,5%), e somados aos programas que cobrem festas e eventos (3,1%), compõem um total de 6,9% dos programas regionais com alguma abordagem voltadas para adolescentes e jovens, conforme verifica-se no quadro 14.

Quadro 14: Programas locais com temáticas para o público jovem por região

	Norte	**Nordeste**	**Centro Oeste**	**Sudeste**	**Sul**	**Total**
Colunismo social: making off, entrevistas, festas e eventos.	7	8	7	14	5	**41**
Revista jovem: música, debates etc	3	6	2	10	8	**29**
Música em geral (ao vivo, videoclipes)	4	4	1	8	3	**20**
Total	**14**	**18**	**10**	**32**	**16**	**90**

(Fonte: Base de dados: programas locais; afiliadas Redes Globo, Record, SBT e TV Brasil; fev-maio/2008).

Observa-se na tabela acima a incidência destas temáticas por região do País. Os Estados que se destacam em programas voltados para o público jovem somando as categorias temáticas estudadas são: Minas Gerais (13 programas, sendo 4 revistas); Paraíba (4 programas, sendo uma revista); Paraná (5 programas, sendo 3 revistas); Rio Grande do Sul (6 programas, sendo 3 revistas); Santa Catarina (5 programas, sendo 2 revistas) e São Paulo (15 programas, sendo 9 revistas).

Ao se observar os aspectos da programação das emissoras regionais aqui apresentados fica evidente a relação da TV regional com o cotidiano. As redes nacionais, sobretudo pela sua inserção efetiva no mercado das indústrias culturais, têm apresentado uma tendência à metalinguagem, pois a televisão tem falado cada vez mais sobre ela mesma. De outro lado, verifica-se que as emissoras regionais seguem outro caminho, o de pensar e mostrar o local, as pessoas e o cotidiano. Nos últimos anos tem crescido a quantidade de produções metalinguísticas na televisão, integradas também a outras artes, como o teatro. Podemos citar as séries da rede Globo *Sai de baixo* e *Toma lá dá cá*, o programa especial *Programa Piloto* e a minissérie *Som e Fúria* (2009), e o tradicional programa de *making off Vídeo Show*. Salientamos, contudo, que na Região Sudeste encontramos um programa no formato *making off*, o qual aborda o processo de produção na televisão e o meio artístico televisivo.

6.6 Algumas Considerações: Diversidade Cultural na Programação na Televisão Regional

A análise dos dados mostrou que a programação da televisão regional no Brasil tem se situado num âmbito híbrido, no qual a diversidade cultural, como expressão da criatividade e base para a pluralidade e para o intercâmbio de discursos e conteúdos na sociedade brasileira, tem criado formas e estratégias de hibridização regional levando a uma concepção ampliada de regionalidade no Brasil. Algumas situações que ampliam a definição de regional foram de antemão distinguidas, quais sejam:

Primeira situação: Programas regionais produzidos por emissora local, geralmente comprados, que são exibidos por outras emissoras de outros Estados e região, em geral afiliadas à mesma rede. É o caso do programa *Terra da Gente* (EPTV Campinas) *Frutos da Terra* (TV Anhanguera/GO), *Brasilerança* (TVE Bahia), *Galpão Crioulo* (RBD/RS). São programas que encontram identificação em outros territórios quer pela abordagem de temáticas relativamente familiares, como a pesca e a vida caipira, quer pela presença de grupos culturais migrantes, como os programas gaúchos no Distrito Federal, Mato Grosso e Tocantins, ou de música nordestina no Distrito Federal.

Segunda situação: Programas cujos formatos ganham versões em emissoras de outras cidades de uma mesma rede regional, como o caso do *Patrola* e dos especiais produzidos pela Rede Brasil Sul (RBS) em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul, ou dos programas produzidos pelas redes Massa, no Paraná, Rede de Televisão Paraense (RPT), no Pará, e rede Alterosa, em Minas Gerais.

Terceira situação: Programas temáticos que ultrapassam as fronteiras regionais. Por exemplo, o esporte e as ações sociais são temas de interesse geral que podem ser promovidos em vários lugares do Brasil, como se observa no programa esportivo *Fora do Eixo*, em Recife.

Quarta situação: Por meio das versões regionais de formatos da cabeça-de-rede no sentido de dar uniformidade à programação local com a programação nacional. São exemplos deste contexto as versões regionais dos programas *Balanço Geral* e *Tudo a Ver*, da rede Record, e dos telejornais locais (*Bom Dia praça*, Telej*ornal praça 1ª e 2ª edições*) da rede Globo.

A análise da programação das emissoras regionais selecionadas nesta pesquisa mostra grandes discrepâncias entre elas, quer em relação à quantidade e qualidade dos programas ou à diversidade de temáticas abordadas. Uma das observações são as parcerias que muitas emissoras públicas têm com outras redes, como a TV Ceará, que veicula muitos programas de outras emissoras não-comerciais como TV SESC/SENAC, TV Câmara, TV Senado e tevês universitárias.

Em relação à estrutura, as emissoras Rede Minas, TVE Bahia, a TV Ceará, a Paraná Educativa e a TV Nacional mantêm uma grade de programação mais fixa e estruturada, inclusive com uma estratégia de reapresentações de seus programas

locais, desta maneira ocupando quase 24 horas de programação. A Paraná Educativa é a emissora com maior produção local. Aos sábados alcança 78,72% de programas locais, a média da semana é de 62,14 % do horário total dedicado à programação própria.

Importante ressaltar que até o ano de 2006 a TVE Regional, do Mato Grosso do Sul, mantinha uma grade com cerca de 20 programas locais, os quais foram retirados do ar devido a problemas operacionais. Na época da pesquisa, estes programas ainda não tinham voltado a ser exibidos, o que diminuiu o percentual de produção de programas locais no Estado e na Região Centro Oeste.

No decorrer da coleta de dados percebeu-se que as redes regionais apresentam uma tendência de padronização da programação entre suas emissoras seguindo o que se observa com as redes nacionais e suas afiliadas. EPTV (SP), RBS (RS e SC), Rede Massa (PR), RPC (PR) e Rede Amazônica são exemplos dessa estratégia de padronização de programas de emissoras regionais.

Contudo, mudanças significativas na grade de programação local das emissoras regionais afiliadas à Rede Record foram observadas. Algumas grades com muitos programas independentes e terceirizados deram lugar a uma programação mais enxuta e padronizada de acordo com as diretrizes da emissora mãe. As emissoras do Estado de São Paulo (Record Bauru, Rio Preto e Record Franca) são exemplos dessas mudanças. Por outro lado, algumas emissoras, como a Rede MS, no Mato Grosso do Sul, recebem investimentos não apenas na padronização, mas também na própria estruturação do setor jornalístico notadamente a partir de agosto de 2008.

Pelo observado, enquanto as emissoras públicas contam com mais liberdade para escolher programas, quer próprios quer produzidos por outras emissoras, as emissoras comerciais usam a padronização para ganhar força e fixar a sua imagem. Não se pode deixar de destacar, obviamente, que a própria rede Globo tem demonstrado certo interesse em ver suas afiliadas produzindo bons programas locais, contudo, dentro do padrão de qualidade da rede. Já a Record, embora tenha eliminado boa parte dos programas policiais e de baixa qualidade das afiliadas, também eliminou programas locais que possivelmente dinamizavam o cenário televisivo regional.

Por outro lado, percebe-se por esta análise geral da programação regional que, embora o entretenimento seja predominante na programação local de televisão, as emissoras regionais são vistas como importante fonte de atendimento às “necessidades” de informação e lazer, e também como arena de debates e lugar de encontros e de visibilidade para os públicos locais/regionais.

Em suma, evidencia-se, portanto, que a existência do jornalismo de proximidade e das temáticas culturais e identitárias na programação regional da TV aberta, cujos signos conformam o reconhecimento das audiências a um determinado lugar, é menos do que um processo de definição de públicos, sobretudo uma estratégia de situar a televisão em contextos específicos, de dar uma identidade local ou regional a ela mesma.

7. ESTUDOS DE CASO: NARRATIVAS AUDIOVISUAIS DE PROGRAMAS REGIONAIS DE TELEVISÃO.

Este capítulo analisa os códigos audiovisuais trabalhados e os contextos sócio-políticos e culturais que se articulam na materialidade dos programas regionais de televisão. Os capítulos anteriores ajudam a delinear parâmetros de análise mais dialógicos entre os contextos históricos, as realidades regionais e a própria inserção da televisão na vida cotidiana no Brasil. Analisou-se, portanto, neste capítulo, oito programas de gêneros, formatos e temáticas diferentes contemplando todas as regiões do país.

7.1 Programa *Carrossel da Saudade*

- Nível I - Realidade

O programa *Carrossel da Saudade,* com 90 minutos de duração, é exibido ao vivo todas as sextas-feiras pela TV Cultura do Amazonas. É um dos programas mais antigos da televisão no Amazonas, e desde sua estréia, em 1979, teve apenas algumas interrupções e pequenas mudanças no formato, em geral oriundas de questões relativas à própria manutenção da programação na emissora pública. O Carrossel já gravou um CD com uma seleção de músicas preferidas do público local além de um livro editado com a história do programa.

O formato do Carrossel da Saudade é ao vivo, com público presente para assistir aos shows musicais em praça pública, geralmente com até quatro atrações da região e nacionais. A proposta do programa é reviver as músicas românticas, antigas, que embalam bailes e serestas, principalmente das décadas de 1930 até a década de 1980, valorizando sobretudo gêneros musicais como o samba-canção, o bolero, o rancho e as marchinhas de carnaval. Alguns artistas já conhecidos nacionalmente que se apresentaram no programa foram Waldik Soriano, Altemar Dutra, Benito de Paula, Nelson Gonçalves, Francisco Petrônio, Wando, Noite

Ilustrada, Leonardo e Luiz Melodia. Nesse sentido, o programa possibilita ao público de Manaus uma opção em termos de eventos culturais além de valorizar os artistas locais. Os compositores de cada música são sempre destacados nos créditos da canção no rodapé do vídeo.

A diretora do Carrossel da Saudade, Graça Barbosa, relata a experiência na direção do programa desde seu início.

> Nesses vinte e nove anos o Carrossel tem girado por vários caminhos, recolhendo saudades e devolvendo alegrias. Por todos esses caminhos foram tantas vozes, tantos valores profissionais que só o tempo pode reunir num coral que sempre teve e tem na emoção o sentimento mais forte para anunciar as saudades do Carrossel. Cada programa é um cartão postal ao vivo. É um documento multifacetado de luzes e cores. É o próprio tempo bailando e sorrindo, abraçando cada um de nós numa confraternização de pura amizade, respeito e agradecimento a todos os profissionais, músicos, interpretes, convidados e telespectadores (GRAÇA BARBOSA, depoimento a autora em 25 de junho de 2008).

O Carrossel da Saudade é um dos programas mais comentados pelo público, que parece se identificar e ao mesmo tempo pertencer ao local onde vive seja ao ver pessoas conhecidas na tela da televisão seja ao relembrar momentos da vida por meio das memórias visuais e sonoras atualizadas no programa. O cronista amazonense Ribamar Bessa escreveu em seu blog[75]:

> A gente se vê nele. Descubro, estarrecido, que o “Carrossel da Saudade” sou eu, minhas irmãs, minhas primas, meus vizinhos, nossa *istória*. Cafona? E daí? Perplexo, confirmo para mim mesmo: “meu Deus, sou mesmo amazonense!".

As palavras do escritor, transcritas na citação acima, mostram que o Carrossel da Saudade revela a história e a identidade do povo amazonense.

Na mistura entre o sofisticado e o popular, presentes no programa, o cotidiano se reflete também na figura do apresentador, que aliado a uma postura elegante, vestido em terno completo preto, conversa de maneira informal com o público. A edição analisada coincidiu com o Dia do Idoso, motivo pelo qual o apresentador

[75] Disponível em: http://www.taquiprati.com.br/apresenta-cronica.php3?cronica=cronica02. Acesso em junho de 2008.

Walter Yallas fala nos intervalos entre os shows sobre os direitos dos idosos. Outras estratégias de proximidade são os frequentes elogios ao público, apelos à animação durante as apresentações dos artistas; ainda parabeniza nominalmente aniversariantes da semana e agradece também nominalmente as pessoas presentes, dando o sentido de vida comum e demonstrando uma certa relação de familiaridade e vizinhança.

A vinheta e a logomarca do programa já demarcam um pouco de seus objetivos: transformar a música romântica num momento de sofisticação e de prazer. Na vinheta de abertura um casal de dançarinos se movimenta em torno dos tipos que compõem o nome do programa, compostos em dourado e sobrepostos nas imagens e closes de cordas e notas musicais.

No entanto, um dos problemas que são comuns tanto na TV Cultura do Amazonas como em outras emissoras públicas é a deficiente estrutura de produção causada pelas dificuldades e burocracia nos investimentos. De acordo com Graça Barbosa, apesar de a Região de Manaus ter um vasto *p*ólo industrial, todas as decisões de patrocínio são tomadas fora do Estado e esbarram nas restrições às TVs públicas com relação à veiculação de comerciais.

A edição do programa analisada apresentou cinco cantores, sendo o último a atração mais esperada. Foram cantados boleros, sambas-canção e ritmos latinos e caribenhos, estes evidenciados na última apresentação.

Figura 2: Logomarca *Carrossel da Saudade*

- Nível II - Representação

O Carrossel da Saudade é exibido em um horário acessível à maioria da população, sexta-feira, às 20 horas, tendo um lugar de destaque na grade de programação geral e na lista de programas locais da emissora.

Os planos e enquadramentos e outros recursos audiovisuais não apresentam muita sofisticação. O grande plano geral apresenta o lugar, envolvendo de maneira complementar o palco, o público e a Igreja. Imagens alternadas de planos médios, próximos, *close-ups* do palco, do cantor, dos músicos e do público e panorâmicas do Largo são utilizadas no momento dos shows, e ganham maior dinâmica por meio do uso de alguns movimentos de câmera como *travelling* e enquadramentos como *zoom in*. Os closes destacam pessoas cantando e casais dançando, além de rostos atentos direcionados ao palco. Cortes de tomadas variam de 8 segundos a 2 minutos, dando certo ritmo e ao mesmo tempo tranquilidade às cenas.

As logomarcas dos seis apoiadores do programa são sobrepostas no canto esquerdo inferior do vídeo durante 20 segundos, no início ou quase ao final de cada show, ou nos dois momentos, de forma que não comprometem a continuidade dos principais objetivos do programa.

Percebe-se que é de fato a música, materializada nos shows e no prestígio local dos artistas, o principal elemento expressivo do programa, revelando a intimidade com o público. O apresentador faz o papel de mestre de cerimônia, com poucos textos falados, embora preze pelo uso de expressões conhecidas pelo público que frequenta as apresentações. Os seus textos refletem valores deste público, como o elogio à família, à nostalgia do passado, a alegria do público, como pode ser observado no texto de abertura do programa feita pelo apresentador Walter Yallas: “Carrossel da Saudade, o lugar da boa música, o lugar de gente feliz, o lugar das famílias amazonenses”. Ou seja, o programa funciona como estratégias de manutenção do momento cultural, de enraizamento de valores que mantém o *status quo*.

Os discursos feitos por cantores e pelo apresentador evidenciam o multiculturalismo e a diversidade cultural da Região. Alguns cantores e pessoas presentes são de outros Estados da Região Norte, sobretudo do Pará. Em um

desses momentos, Walter Yallas destaca a relação de contribuição e identificação dos povos da Região:

> Mas tem muita gente paraense aqui. Aliás, o povo paraense contribui muito pro crescimento de nossa Região. Essa nossa troca de energias, o Amazonas com o Pará, é muito legal.

Uma situação interessante observada no programa analisado foi a inserção de estilos musicais mais dançantes e atualizados dentro do consumo cultural durante a participação da última apresentação da noite, a do cantor Berg Guerra. Muito aplaudido, o cantor fez um show mais dançante, com um estilo musical que mistura a seresta, com influências de sertanejo e do estilo caribenho *calypso*, muito difundido naquela região. O público lotou o espaço de dança. No palco, dois casais de dançarinos complementam o tom de baile no show. Demonstrando popularidade local, o cantor se movimenta muito pelo palco e interage com o público por meio de acenos e apertos de mão nas pessoas situadas à borda do palco.

- Nível 3 - Ideologia

A apresentação dos direitos dos idosos, os cumprimentos nominais entre outras expressões mobilizam a relação de proximidade, de vizinhança; com isso quebra-se o teor de consumo cultural, da indústria das celebridades, e torna a televisão uma mediadora de relações sociais e das práticas culturais, ao mesmo tempo em que evidencia um processo cultural hegemônico, por meio da valorização da carga histórica e cultural da região representada pelo conteúdo musical. Este é um processo dinâmico, no sentido de que existem possibilidades de variações no programa as quais foram incorporadas com o tempo, ainda que aliadas às condições materiais de sua produção.

Para a diretora do *Carrossel da Saudade*, “um programa regional deve ter as características culturais da região”. O *Carrossel da Saudade*, além de destacar aspectos do gosto e das tradições de Manaus - neste caso, não podemos estender o sucesso e a identificação do programa para todo o Estado do Amazonas-, também se insere numa relação muito particular, próxima e dinâmica com seu público.

> É muito confortante sentir o valor social de um programa que começou tão despretensioso, caiu no gosto do povo de Manaus, que se apropriou do programa a ponto de não permitir a sua retirada da programação. E isso é a prova de que o nosso trabalho cumpre com a responsabilidade que cada comunicador deve ter com a sociedade (GRAÇA BARBOSA, depoimento a autora em junho de 2008).

No depoimento acima também fica explícita a relação direta que o programa tem com a responsabilidade social dos seus produtores e da emissora, como um aspecto, pode-se dizer, inerente à posição de um programa regional dentro de sua comunidade.

A presença de cantores paraenses, as referências à contribuição do Estado do Pará ao desenvolvimento da região amazônica e o hibridismo da inserção de estilos musicais de tendências sertanejas e caribenhas evidenciam também a abrangência que o local e o regional pode trabalhar. São aspectos que nem sempre podem ser observados nos programas nacionais, produzidos por pessoas que não têm o conhecimento destes processos culturais específicos, os quais são entendidos a partir do limite da experiência e das relações cotidianas do indivíduo.

Nesse momento, o hibridismo funciona como fronteira não apenas entre culturas diferentes, mas entre um passado e um presente como essência da vida cotidiana mais do que a necessidade de manutenção do passado. Este presente constitui o entre-lugar citado por Bhabha, em que o passado se renova e refigura entre as relações neocoloniais e a modernidade, encenando relações de identidade como interação e reconhecimento.

7.2 Programa *Raízes*

- Nível 1 – Realidade

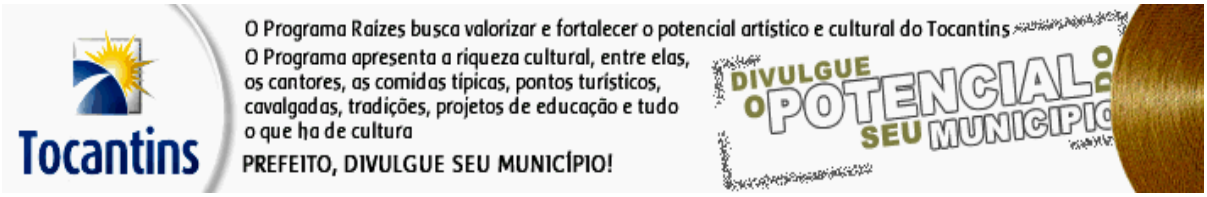
Exibido semanalmente, aos domingos, das 10 às 11 horas, pela emissora pública RedeSat Tocantins, o programa de entretenimento *Raízes* trabalha as identidades locais por meio de um formato voltado ao turismo, aos aspectos culturais, à natureza, à história e às particularidade dos municípios do Estado do

Tocantins. Apresentado e produzido pelo músico, arquiteto e produtor cultural Diomar Naves, cada edição do programa mostra um lugar do Estado, destacando as belezas naturais, potencialidades turísticas, mas apresentando também grupos e pessoas referenciais que revelam a história por meio das suas experiências com o lugar. Como ingredientes mediadores estão presentes: culinária, “causos”, canções populares etc. O fato de o apresentador ser músico faz da música um ingrediente integrador e presente na maior parte das edições, tanto interpretadas pelo próprio apresentador, como por outros cantores, ou em forma de roda nas casas de moradores locais.

Uma das especificidades do programa está na maneira despojada com que o apresentador o conduz, sempre em tom familiar e “festeiro”. A *performance* do apresentador, portanto, é uma característica fundamental da dinâmica do programa e que pode contribuir para a sua boa audiência. Dentre seus trabalhos como produtor estão: a criação do primeiro grupo de teatro com alunos da rede pública de ensino na cidade de Palmas, o musical “Vida de Artista” em parceria com a produção do cantor e compositor Oswaldo Montenegro, e o CD Iguais em Deus, com músicos do Tocantins, projetos em geral sem fins lucrativos.

Com duração de uma hora, o programa está na grade da RedeSat há quase 10 anos e é, segundo o apresentador, o programa de maior audiência do Estado. *Programa Raízes* é composto por três blocos com uma abertura em cenário rústico e o relato das viagens pelas cidades do Estado. Alguns programas apresentam estrutura especial, como visita a uma aldeia indígena (dentro ou fora do Tocantins), cobertura de algum festival de música ou cobertura de corais na semana do Natal.

Outra particularidade é a forma de escolhas dos roteiros a serem exibidos, que também dependem da negociação com os prefeitos ou líderes dos municípios. Na página do programa na Internet percebe-se esta relação:



Fonte: http://www.programaraizes.com/rota/crbst%5fsiteraizes0.gif

Figura 3: Banner on line de divulgação do programa Raízes

A evidência dos objetivos do programa se reflete inicialmente na própria logomarca: as bordas de um violão e o logotipo *Programa Raízes* cunhados em uma talha de madeira. São signos que evidenciam os aspectos da cultura popular e da vida do "interior", observação esta em que há um momento de reencontro das estratégias do discurso colonial em se reafirmar por meio da fixação de culturas coloniais conformando um tipo de fetichismo de identidades, como já analisou Bhabha.

Uma situação de ambivalência é destacada no vestuário do apresentador (ver figura). Na vinheta de abertura, Diomar Naves se apresenta ora com vestes de um *cowboy* ora com seus trajes de motoqueiro, um de seus passatempos. Ora está empunhando um laço ou tocando um berrante e andando a cavalo, ora viajando em sua moto por paisagens do Tocantins e tomando banho nos rios da região. Estas formas discursivas indicam a valorização de uma experiência histórica que revela lembranças de relações neocoloniais permeadas pela modernidade. É um campo híbrido de linhas fronteiriças que reinscreve o imaginário social de muitas sociedades contemporâneas.

Fonte: http://www.programaraizes.com/

Figura 4: Cartaz *on line* apresenta os trajes do apresentador e a marca do programa

- Nível 2 – Representação

O programa Raízes é exibido aos domingos pela manhã, um dos horários mais dedicados à programação de entretenimento nas emissoras regionais. Antecedido por programas que abordam a música e a cultura regionais, compõe um quadro de identificação do público local, tanto em relação à divulgação da cultura e da música produzida na região, programa *Mesa de Bar*, como de integração entre grupos culturais de outras regiões do país que se estabeleceram no Tocantins, programa *Alma Gaúcha*.

O tema de abertura indica a valorização dos aspectos simples da vida do meio rural enfatizando aspectos que não podem mais ser vistos devido à proliferação das grandes cidades e de instituições que substituíram estas experiências.

> Quem nunca viu catar lenha no mato e batida de pasto nos dias de mutirão/Quem nunca viu como se faz assento, como se reza no cruzeiro nas festas de São João/Quem nunca viu, poeira no estradão, berrante, laço e pião, boiada, paiol e curral/Quem nunca viu canto de siriema, donzela, missa e novena na capela do arraial//Quem nunca viu, não vê mais não/dói fundo no coração/Êh, tempo bom! Eita meu Deus, me traz de volta o Sertão (Música tema *Programa Raízes*).

A linguagem e a expressividade encontram-se próximos das pessoas da região e são acentuadas devido à forma despreocupada e coloquial com que fala o apresentador. Tal relação de identificação pode ser percebida no trecho a seguir, retirado da abertura do programa analisado, logo após o apresentador recitar um poema e cantar a música Amora, composição de Renato Teixeira.

> Oh, meu povo! Vamo começar o programa, uma musiquinha boa dessa, pra tentar alegrar o seu coração aí em casa, ta sentadim aí, né! Domingo, começando esse domingão, primeiro dia da semana, né verdade? Aí começa segunda, terça,quarta, a luta da vida, a luta pela sobrevivência. Mas chega no domingo é dia de dar aquela descansada e ver nosso Programa Raízes. É muito bom ta na sua casa, viu! Obrigado por deixar que a nossa equipe, a equipe aqui do programa Raízes, a equipe da Rede Sat, a equipe toda, essa história que vem na nossa garupa, toda essa carga de cultura, de música, de cantador que nosso Tocantins entre junto aí na sua casa. Bom dia, meu povo, bom dia! (DIOMAR NAVES, Programa Raízes, junho de 2008).
> Vamo imbora sabe pra onde? Porto Nacional (DIOMAR NAVES, Programa Raízes, junho de 2008).

Cabe salientar que o apresentador cunhou o jargão “Oh, meu povo” como forma de familiaridade com seu interlocutor. Uma expressão que evidencia a dimensão televisiva de autoridade e de vigilância. Nesse sentido, percebe-se o lugar enunciativo do apresentador em oposição ao lugar das audiências. É também um momento em que as diferenças são evidenciadas, mas não confrontadas.

Nas visitas e roteiros feitos pela equipe do programa, os planos e demais códigos audiovisuais não apresentam muita engenhosidade, pois usa-se poucos cortes e sequencias mais longas, em plano geral. Uma sensação de acompanhamento surge então por parte do espectador, dando mais tempo de experienciar, de testemunhar os lugares e as situações apresentadas. A maior parte das matérias é composta de imagens dos lugares tendo o apresentador e/ou sua equipe no quadro, com música de fundo com conteúdo que reforça e oferece outros sentidos à matéria.

Nessas visitas, Diomar destaca aspectos bastante comuns da vida cotidiana. A primeira visita na cidade em destaque na edição analisada do programa foi ao seminário de Porto Nacional. Diomar encontra uma senhora fazendo doces e conversa com ela sobre a receita, sobre as lembranças que tem da sua mãe que também fazia cocadas.

Outra evidência da centralidade do apresentador são as situações em que destaca suas relações pessoais com as pessoas entrevistadas. Em alguns casos, podem referir-se a suas relações com lugares e pessoas, em outros a laços mais ou menos fortes com políticos e autoridades da cidade que está divulgando.

No programa analisado, o primeiro caso é visto notadamente na entrevista que faz com os padres Dom Geraldo Gusmão e Padre Juraci do Seminário de Porto Nacional, referência na educação no antigo Norte Goiano (como era conhecida a região que desde 1988 tornou-se Tocantins).A maior parte da entrevista aborda de maneira familiar e bem humorada aspectos das relações entre o padre Juraci e a família do apresentador, como percebemos no trecho do diálogo que segue:

> DIOMAR: “Padre Juraci, o senhor deve ter uns 258 anos, viu!”
> PADRE JURACI: “Sim, de experiência, sim, mas de idade é só 32...”
> DIOMAR: “Dom Geraldo, eu fui coroinha do padre Juraci lá em Figueirópolis, bati o sininho lá na capelinha em 1976, 75, por aí”.
> DOM GERALDO: “Pois, é ele foi pioneiro naquela região porque era vigário de Peixe e dava assistência a toda aquela região, inclusive indo a cavalo, né, monsenhor”.
> DIOMAR: “Conta pra gente a história sobre aquela época boa” [dirigindo-se ao Padre Juraci].
> DIOMAR: “A minha história, meu povo, tem gente que fala: esse cara vem de Goiânia, caiu aqui no Tocantins. Não, minha história é muito ligada ao Tocantins. Desde essa época, eu tinha 5 anos de idade, meu pai veio pra Figueirópolis, montou o posto Naves e já tinha o padre Juraci como amigo da família”.
> PADRE JURACI: “É verdade, seu pai é muito amigo nosso, sempre me apoiou muito bem na sua casa e até comemorava meu aniversário, viu, lá em Figueirópolis... era um cantor e admirado pelas meninas, viu”.
> DIOMAR: “A gente fica muito feliz de ver a história contada por pessoas que estão dentro, inserido neste contexto histórico”.

Apesar de destacar as relações sociais e os laços comunitários e familiares, aspectos da importância histórica do Seminário e da ação dos padres na Região são despolitizados por meio de frases retóricas e descontextualizadas, como: “A gente fica muito feliz de ver a história contada por pessoas que estão dentro, inseridas neste contexto histórico”.

No segundo caso, das relações políticas do apresentador, estas se confundem com a própria estratégia de produção do programa. As referências a pessoas ligadas a política local também são diluídas por meio de um discurso de familiaridade. Como veremos nos trechos a seguir:

Sobre o Secretário de Educação do município de Porto Nacional, que mantém um criatório de araras:

> Figura tradicional de Porto Nacional, conhecidíssimo, empresário e é um amigo também, companheiro de pescaria, e ele tem essa história interessante com essas araras (DIOMAR NAVES, Programa Raízes, junho de 2008).

Outro exemplo é o momento em que está na casa de um amigo, que faz aniversário, onde destaca a presença de políticos, mostra a roda de viola e apresenta histórias do imaginário regional. Nesta casa, Diomar encontra-se de maneira bem informal, como se gravasse um vídeo pessoal, familiar. Em uma das entrevistas conversa com a primeira dama de um município do Tocantins, dizendo pra ela que é a mais bela do Estado, conforme o *ranking* que ele próprio tem feito durante suas visitas aos municípios.

Sobre a condução informal dessa matéria, o apresentador fala:

> Esse papo informal, gente, essa brincadeira, é porque to no meio do povo que é minha família (...) é um programa especial o de hoje porque to aqui nas pessoas que começaram a me impulsionar nesse trabalho e hoje a gente devolve pro governador Marcelo Miranda a maior audiência do Estado, comprovado em pesquisa (DIOMAR NAVES, Programa Raízes, junho de 2008).

É válido notar que o nome do governador do Estado foi mais de uma vez citado (é citado nos agradecimentos da abertura e do encerramento do programa e em algum outro momento durante o programa onde cabe agradecimento). O destaque à boa audiência do programa no Estado também ganha referência no seu discurso, em que as influências políticas e econômicas do programa são então explícitas.

- Nível 3: Ideologia

De acordo com o produtor e apresentador Diomar Naves, falar em Região vai além do lugar onde se nasce. Ser da região é sobretudo analisar a possibilidade de ser natural, e não dela originário. Segundo o apresentador, o propósito maior com o

programa *Raízes* é dar a conhecer à própria população o seu lugar: “Tem gente que nem sabia que tinha um córrego onde mora”, menciona em entrevista à autora em agosto de 2006. Por outro lado, identificamos o uso comum da palavra Sertão, tanto neste programa como em outros, como sinônimo de interior. O contexto linguístico, portanto, pode aproximar algumas experiências culturais.

O apresentador também se insere nos espaços domésticos das pessoas: está na cozinha, no terreiro das casas, nas rodas de viola, tira fotos e as divulga na abertura do programa, sua presença é efetiva em todos os blocos da produção. “Nesse deslocamento, as fronteiras entre casa e mundo se confundem e, estranhamente, o privado e o público tornam-se parte um do outro, forçando sobre nós uma visão que é tão dividida quanto desnorteadora” (BHABHA, 1998, P. 30).

No Programa *Raízes* também destacamos os tênues limites entre o doméstico e o público. As relações pessoais do apresentador são sempre destacadas nas suas visitas e entrevistas. Na visita a um casarão antigo, são mostradas imagens de retratos e móveis que refletem a história de uma família, mas que indica que é este um contexto que descortina outros, da mesma maneira a chegada do apresentador à cozinha simples de alguma casa da zona rural.

Tais estratégias conformam uma despolitização da realidade em função de uma situação de descontração e turismo que forma outra particularidade do programa, pois os roteiros a serem exibidos dependem da negociação com os prefeitos ou líderes dos municípios. Nesse sentido, essa parceria com a emissora, bem como a dependência dos acordos, coloca o programa no limiar de conflitos sócio-político-econômicos locais inerentes aos meios de comunicação regionais, sobretudo nas regiões Norte e Nordeste.

Situações como essas exigem um certo cuidado, uma vez que podem distorcer ou banalizar aspectos sociais, históricos e identitários: em vez de traduzir a diversidade e o “Diverso”, reduzi-las ao exótico e tornar o espectador mera testemunha virtual das experiências vividas pelo apresentador. Por outro lado, a partir da evidência desses cenários, pode-se emergir antagonismos sociais e promover assim a mudança. São possibilidades que se anunciam a partir da experiência social no momento da leitura do programa.

7.3 Programa *Fora do Eixo*

- Nível 1 – Realidade

O programa Fora do Eixo é um programa esportivo produzido pela Globo Nordeste e exibido quinzenalmente na emissora[76] e no Canal pago SportTV. Com apresentação de Juliana Maggi e duração de 25 minutos, tem o formato articulado com outras emissoras afiliadas à Rede Globo em todo o Brasil, que produzem reportagens que são editadas e divulgadas pela TV Globo/Recife. As temáticas são variadas e priorizam histórias e personagens que se destacam pela perseverança no esporte, pelo ineditismo de sua história, pelo pitoresco, pela superação de dificuldades entre outros temas ligados às mais diversas atividades esportivas.

Normalmente a estrutura segue: A apresentação do programa e da matéria (cabeça) pela emissora, a exibição da reportagem produzida pela emissora parceira. E assim até que as em geral nove matérias sejam exibidas. A cabeça das matérias, a edição e apresentação são feitas pela equipe da Globo Nordeste. Contudo, há algumas participações produzidas pela Globo Nordeste, feitas pela apresentadora, como uma visita que fez ao projeto Cozinha Brasil, do SESI.

O nome e a marca do programa sugerem essa possibilidade de divulgar as práticas esportivas diversas nos diferentes Estados e municípios do país, fora do eixo de desenvolvimento econômico e investimentos no esporte (Regiões Sudeste e Sul). As setas se direcionam para fora deste eixo.

Figura 5: Logomarca do programa *Fora do Eixo*

[76] Em 2009, verificou-se uma frequência mensal de exibição do programa na TV aberta Globo Nordeste.

- Nível2 - Representação

O programa mantém as características do gênero esportivo, como menos formalidade, descontração e humor. Na edição analisada, de 12 de agosto de 2009, a abertura e as cabeças de matérias foram gravadas ao ar livre, na Ilha de Itamaracá, localizada no litoral do Estado de Pernambuco.

A apresentadora entra e sai de quadro sempre em ângulos e enquadramentos diferenciados, com movimentos de câmera abertos e ágeis, dando a impressão de movimento. A apresentadora geralmente sai do quadro pelo lado esquerdo do vídeo com efeitos de sobreposição de imagens, ou de câmera acelerada, com som descritivo de aceleração, que imprime a ideia de uma viagem, ou mesmo um teletransporte, abrindo para a matéria gravada de alguma cidade do país numa espécie de ligação, de objetivo comum entre o Recife e outras cidades e Estados do país.

Ao comentar uma matéria, a apresentadora sempre faz relações com as demais, constituindo um discurso mais uniforme e único, em que todas as matérias ganham uma importância. Da mesma maneira, geralmente parte de um contexto social amplo e reconhecido pela sociedade brasileira para depois marcar o local específico, como observamos no trecho da cabeça de uma matéria sobre a prática de Bocha por mulheres em Cuiabá/MT.

> Já deu pra perceber aqui que o vento tá forte em Itamaracá. Forte também é o preconceito contra quem pratica bocha. Dizem que é esporte de velho, esporte só de homem. Em Cuiabá tem uma mulherada querendo mudar essa história (JULIANA MAGGI, Programa Fora do Eixo de 12/09/2009).

Já as matérias gravadas e enviadas para a Globo Nordeste por outras emissoras são produzidas sem muitas alterações do formato tradicional de matéria e reportagem televisivas, sempre com repórteres mais envolvidos nas situações que abordam e em tom mais descontraído, de acordo com os códigos típicos do jornalismo esportivo.

A duração das matérias é variável, dependendo não apenas do conteúdo, mais ou menos aprofundado, mas também do uso de recursos retóricos e expressivos como a valorização de aspectos emotivos que possam sensibilizar as

audiências. No programa analisado, das nove matérias apresentadas, a maioria tinha em torno de um minuto e meio, mas podem chegar a mais de quatro minutos dependendo da ênfase que se quer dar ao assunto, independente da região de origem da matéria. Por exemplo: a matéria sobre a prática da canoagem no Tocantins, com 3 minutos e 9 segundos, e a matéria sobre o atleta que começou a correr e agora ajuda nas despesas da casa, em Porto Alegre, com 4 minutos e 20 segundos. Ambas abordam temas de superação das dificuldades financeiras.

Outro destaque característico do programa é o uso de códigos sonoros que complementam a ideia que se quer transmitir na matéria, seja de superação e força de vontade, seja de aventura e dificuldades, de vitória e motivação etc.

- Nível 3 - Ideologia

O Fora do Eixo é um programa que trouxe ao conhecimento de parte do país as capacidades e atividades esportivas existentes “fora do eixo” Rio/São Paulo. Por exemplo: ao falar do grupo de mulheres interessadas em jogar bocha, em Cuiabá, ou do livro que entrou para o *Guiness Book* com 500 técnicas de Judô, em Aracaju; e ainda mostrando as tentativas de superação das dificuldades nos esportes mais competitivos ou caros nas cidades fora destee eixo, como o projeto social de canoagem, em Porto Nacional/TO; ou ainda mostrando as particularidades que o esporte ganha em várias regiões do país, como o futebol amador em Campo Grande.

Percebeu-se que o enfoque recai menos na competição e no próprio esporte e mais na experiência social e cultural com o esporte em suas várias modalidades. Nos programas esportivos das redes nacionais, e mesmo nos esportivos das emissoras locais, se vê mais a dimensão competitiva, com a predominância do futebol.

Portanto, as matérias abordam mais questões ligadas a circunstâncias que envolvem o esporte, como a falta de recursos, questões de gênero e idade, adaptações de regras do esporte de acordo com os contextos regionais, e menos questões ligadas às técnicas e à própria prática competitiva do tipo de esporte abordado.

Em uma das matérias do presente programa, sobre a participação feminina em Bocha, são evidenciados os conflitos de gêneros que marcam as relações sociais no esporte. Percebe-se as diferenças nos discursos nos trechos abaixo:

> Elas tão treinando bem, e elas têm vontade de vencer os homens. Um dia quem sabe elas podem chegar lá (Sonora praticante masculino de Bocha, Programa Fora do Eixo, 12/09/2009).
>
> Elas são atletas que já estão num alto nível e passaram bastante experiência pra gente (Sonora professor de Bocha Gerson Falcão, Programa Fora do Eixo, 12/09/2009).
>
> Nós começaremos as escolinhas pra criança, pra adultos, pra terceira idade, vamos trabalhar com deficientes também, vai ser aberto pras pessoas em geral (Sonora jogadora Sílvia Echeverra, Programa Fora do Eixo, 12/09/2009).

Enquanto os discursos masculinos pontuam as diferenças enfatizando certa superioridade masculina, o discurso feito pelas próprias mulheres na matéria abrange a própria dimensão esportiva, o próprio jogo. São discursos permeados pela afetividade, quando a mãe sonha em ver suas filhas jogando consigo, mas também pelo compromisso social, pois a intenção delas é promover a divulgação do esporte para a sociedade em geral, como crianças e deficientes, enfim, sem preocupação essencial com a competição, se o esporte é ou não masculino ou se os homens são melhores nesta atividade esportiva do que as mulheres. Ainda que o discurso do professor mencione a capacidade e competência das mulheres no jogo, sempre é colocado como uma situação gerada, e não natural.

O fato ainda de não haver regras fixas para o tamanho ou para o assunto das matérias enviadas pelas emissoras locais mostra um certo dinamismo e uma valorização da diversidade brasileira, que é notado nas referências a situações peculiares de algumas regiões. A diversidade também é destacada ao mostrar-se um país que apresenta desigualdades, desigualdades estas que são, sobretudo, vividas tanto pelos centros urbanos das Regiões Sul e Sudeste, considerados “mais desenvolvidos”, como pelas pequenas cidades do interior ou de Regiões consideradas pelo senso comum como lugares “menos desenvolvidos”, peculiaridade observada em uma matéria sobre um menino pobre de Porto Alegre que vem conseguindo bons resultados no atletismo. A matéria destaca a pobreza do

bairro, a importância da ajuda da família e de amigos, a determinação da mãe e do atleta adolescente e ainda como certas condições de pobreza propiciam um ambiente de treino e superação de dificuldades.

> O segredo para superar as dificuldades na vida ele encontrou na pista de atletismo. Para superar todos os obstáculos é preciso ter força e resistência (Repórter Karine Alves, Programa Fora do Eixo de 12/09/2009).
> A gente pode até traçar um paralelo parecido com o dos quenianos, né. Os quenianos começam indo pra escola [???] correndo 2, 3, 4, 5 km, às vezes 10 km pra ir.E ele já fazia isso (Sonora Técnico de atletismo Leonardo Ribas, Programa Fora do Eixo de 12/09/2009)

As matérias abordam várias temáticas ligadas à prática esportiva, desde as modalidades convencionais às novas experiências, desde os esportes mais competitivos aos amadores. São matérias que destacam as experiências pessoais, mas que tentam levar ao público a sensação de estar participando junto com os repórteres e apresentadores. Observa-se muitas tomadas com câmeras portáteis, efeitos de imagem em planos sequencia, códigos que aproximam a audiência à experiência vivida e a uma realidade vicária. A ênfase dos programas recai na experiência.

Há presença perceptível do não anonimato e do testemunho, com a valorização de nomes em geral desconhecidos pelo público dos programas esportivos nacionais e também de detalhes do cotidiano, signos que são imediatamente identificados por quem os assiste. Observa-se ainda a valorização das experiências dos grupos divulgados, como experiências únicas e importantes dentro daquele contexto vivido. A seguir, um trecho da matéria sobre futebol amador em Campo Grande:

> Chega de anonimato. Aqui é o 15 de novembro, de azul, contra o União Tiradentes, de vermelho. Jovens formados nas escolinhas [...]. Olha só o banco do 15: Ronaldo, Jorge Tadeu, Alex, Luis Fernando, Felipe, Wesley, Tarlei. Do outro lado, no banco do União Tiradentes, só o goleiro (Off do repórter Alexandre Cabral, Fora do Eixo de 12/09/2009).

As produções desmistificam questões que se firmaram com o tempo, como a valorização de outros esportes além do tradicional futebol. Valorização do esforço e

da batalha diária, dos valores familiares e dos afetos. Contudo, as diferenças são ainda mais enfatizadas, talvez porque sejam mais próximas e cotidianas.

No esporte, esses valores podem ser identificados, de maneira diferente aos construídos pelo mercado esportivo. Como podemos observar nos trechos a seguir, o primeiro sobre o esporte amador e o segundo sobre a superação do atleta de MMA (antiga luta livre) Fabiano Góis.

> Aqui não tem time forte, time grande, time de tradição. O que vale é jogar bem dentro do campo. E fazer gols. Oh, não tem cara feia não, viu! (Repórter Alexandre Cabral. Programa Fora do Eixo de 12/09/2009).
> E a meninada? Retribui: joga sério, faz gols, belos gols! (Off do repórter Alexandre Cabral, Fora do Eixo de 12/09/2009).
>
> Eu tinha muito medo, porque eu achava que era pra machucar as pessoas e que ele ia ficar também agressivo. Mas foi o contrário. Ele mudou e aprendeu até a disciplina, aprendeu até a como conversar com a gente e responder, o tom da voz. Tudo foi mudando. E agora eu vi a diferença (Sonora mãe de Fabiano Góis, Programa Fora do Eixo de 12/09/2009)

Em quase todos os textos observados no programa, o imaginário cultural e religioso, o apelo a valores solidários e aos sentimentos, constituem estratégias da produção para mobilizar o público e identificar-se com suas audiências.

7.4 Programa *Tolerância Zero*

- Nível 1 - Realidade

Tolerância Zero é um programa de jornalismo popular exibido ao vivo com quase duas horas de duração, das 12h35 às 13h55, de segunda a sexta-feira, o programa local de maior duração da emissora e de maior Audiência. O horário é um dos mais assistidos da emissora, dedicado à programação local, o que favorece a audiência do programa. O seu formato mistura diversos gêneros, pois durante a programação percebe-se a mistura de humor, entrevistas, plantão policial, campanhas de solidariedade, interação com as audiências e muitos sorteios de prêmios e anúncios publicitários. As reportagens policiais, mostrando o drama de

famílias vítimas da violência, e o atendimento à população são o carro-chefe do projeto, além da postura incisiva do apresentador em relação à divulgação e solução desses problemas.

O programa tem mobilizado a comunidade, sobretudo aos segmentos C, D e E, com alto índice de audiência no Estado e de faturamento, chegando a cerca de 200 mil reais mensais. Feito em co-produção com TV Atalaia, afiliada da Rede Record em Sergipe, é um dos suportes da programação local da emissora. Aliado ao caráter assistencial e à grande quantidade de promoções e sorteios, Tolerância Zero chega a receber cerca de 36 mil ligações por mês, segundo a produção do programa.

O programa *Tolerância Zero* é apresentado por "Bareta", como é conhecido Otoniel Rodrigues Amado, policial civil há 30 anos, já tendo atuado como músico e como colaborador para jornais do Estado de Sergipe e do Paraná, com matérias policiais. Tolerância Zero estreou em 2004 na TV Atalaia, mas foi precedido por outros programas policiais conduzidos pelo apresentador como o Patrulha 47, no canal fechado TV Caju, e Ronda 540 na rádio Jornal AM, em Sergipe.

Devido ao fato de trabalhar com crimes o programa tem sido alvo de ações civis contra a sua exibição. Em 2007, o procurador da República Paulo Gustavo Guedes Fontes justificou estas ações enfatizando que o programa preza pelo sensacionalismo e exibe cenas inadequadas como cadáveres, crimes e propaganda de bebidas alcoólicas e em horário inapropriado, o que pode prejudicar a boa formação de crianças e adolescentes. O programa também foi criticado por apresentar violações graves à ordem jurídica como ofensas, uso da imagem dos presos, incentivo à prática da violência policial e da tortura e uso de palavras de baixo calão[77]. Segundo Bareta, o programa foi se lapidando e atualmente busca respeitar os diversos públicos e faixas etárias das suas audiências.

Na página do programa na internet ganha destaque a prestação de serviços que o programa faz a pessoas com poucas condições financeiras no Estado e em Estados vizinhos. O próprio Bareta destaca:

[77] http://noticias.pgr.mpf.gov.br/noticias-do-site/direitos-do-cidadao/mpf-se-entra-com-acao-contra-programa-abusivo-de-tv/

> A gente abrange policial, denúncia, presta serviços sociais, é um programa direcionado aos problemas das pessoas. Só no ano passado, operamos 220 pessoas de mioma. As pessoas vão procurar a gente por doença, ameaças, tratamos todos com carinho (BARETA, em entrevista à autora em fevereiro de 2009).

No texto acima evidencia-se uma função importante dos programas deste gênero, em que os problemas de segurança pública e a assistência social ganham outra arena de evidência a atendimento além do Estado. A fala do apresentador demonstra certa postura de embate frente à institucionalidade pública, ao evidenciar problemas sérios de segurança, embora este embate não seja verificado, pois as instituições policiais e de segurança do Estado têm frequentemente elogiado o trabalho realizado pelo apresentador, o que fica evidente na edição analisada que coincidiu com o aniversário de três anos do programa. No programa, delegados de polícia e profissionais de órgãos como Secretaria de Estado da Segurança Pública e Instituto Médico Legal parabenizam o programa e elogiam seu apresentador.

O imaginário de “guardião” da segurança transmitido pelo programa é reforçado pela figura do apresentador. Vestido em terno completo e óculos escuros, Bareta se dirige muito à equipe de produção, negociando a exibição de matérias, tirando dúvidas e fazendo reclamações, sempre com linguagem coloquial, bastante informal e em tom autoritário, com frequente uso de termos e jargões policiais.

O apresentador conhece Aracaju e o Estado de Sergipe e está inserido nas questões relativas à segurança pública. O apresentador é incisivo: “Minha área é essa, entendo muito disso. Eu trabalho muito, arrisco minha vida, pago meus funcionários e quero ganhar mais”.

Figura 6: o apresentador Bareta no cenário do programa *Tolerância Zero*.

Enquanto apresenta os quadros está sempre em pé, movimentando-se em frente à câmera e com comentários de assuntos cotidianos entre quadros. Ao falar a cabeça das matérias, Bareta comenta com muitas interjeições e opiniões, inclusive dando dicas aos trabalhos de policiais e às pessoas em geral. Alguns jargões cunhados pelo apresentador são: “A cana é dura, malandro!”, “Tá com pena, leva pra tua casa”. Alguns discursos de Bareta ilustram estas observações:

> O que tem de “malaquias”, o que tem de “fuleiro”, “fuleiro” tomando celular na tora, armado de três oitão, ta assim, ói!.
> Eu tenho certeza que tem muita lojinha aí comprando celular roubado.
> O malandro até o jeito de pedalar é diferente. Arrocha, baculejo total!.
> Jogue duro, lugar de “fuleiro” é na cadeia. E quem tiver com pena, leve pra sua casa (BARETA, Programa *Tolerância Zero*, de 20 de outubro de 2006).

Outro ponto observado no programa demonstra a defesa da programação regional nas emissoras de televisão do Brasil. No programa analisado, Bareta faz um discurso de dois minutos e um segundo defendendo a regionalização da televisão, mostrando que o fortalecimento das emissoras regionais e o dinamismo no mercado publicitário na área passa necessariamente pela defesa de mais autonomia para as emissoras regionais.

> Tô muito satisfeito aqui (...) E tenho dito aqui a eles, aos donos, que a estrela aqui não é Bareta, é a TV Atalaia, é o povo. Essa televisão é do

> povo, é a TV dos sergipanos. É a TV que tem aberto pra todos os profissionais nesta área alguma oportunidade e vai abrir muito mais ainda, porque eu acredito na regionalização da televisão sergipana. Eu acredito. Se eu fosse um político eu batia nem cima disso, em regionalizar as programações dando mais oportunidade aos profissionais locais. Isso é muito importante. Sabemos que nós temos, claro, as afiliadas, aí, temos a cabeça-de-rede, mas nós precisamos sobreviver com as nossas tradições locais. Nós temos hoje clientes como Cargil que daqui a pouco vai falar, e outros aqui, não é, são mais de 30 clientes, que sustentam a televisão. Dá pra sustentar, é só ter boa programação. Eu acredito na regionalização das televisões de cada Estado. Esse negócio de ficar mandando do Sul pra cá, porque o Sul não recebe do Nordeste? Por que só o Nordeste tem que receber do Sul? Então vamos dividir este país. Então, se é só pra eu receber, então que história é essa, só os profissionais de lá têm esse valor e os daqui não têm. Então vamos acabar com isso. A faculdade ta aí formando 150, 200 profissionais todo ano e ninguém tem chance, fica todo mundo em casa aí, com o diploma de jornalismo no bolso, lá guardado; ou passeando aqui deixando currículo: "oi meu currículo aqui!". Então, vamo acabar, lutem, se juntem a mim. Vamo lutar para que as televisões neste Estado tenha programações locais, programações locais para dar oportunidade a todos, ta bom. Porque nós temos capacidade de dar boas audiências e vender o produto que o cliente quer (BARETA, Programa *Tolerância Zero*, de 20 de outubro de 2006).

O apresentador defende ainda que os anunciantes locais devem investir nos programas regionais e o modelo de parcerias pode ser uma solução para a sustentação de muitos programas desde que se mantenha certa independência na produção local. Fidelizar anunciantes não é tarefa fácil e é preciso investir em boas relações com eles, além de garantir a audiência do programa. A análise do público, segundo Bareta, deve ser vista com critérios tendo em vista que um programa popular também é assistido por pessoas intelectualizadas.

- Nível 2 - Representação

A abertura do programa inicia-se com o oferecimento dos anunciantes, fechando o quadro com a imagem e o som de uma sirene policial. A vinheta de abertura reafirma os elementos de suspense que sinalizam patrulha policial, a vigilância da sociedade. A vinheta mostra cenas de grades de prisão, carros de polícia, enquanto um pandeiro sobreposto no quadro percorre as cenas ao som do tema de abertura, composto no gênero musical samba.

O cenário é destacado em plano geral e conjunto, em que se observa um ambiente composto por um plano de fundo com a marca do programa e um painel com imagens da cidade de Aracaju. Integra o cenário ainda dois balcões, um à

esquerda do vídeo com a marca do programa, outro menor à direita do vídeo utilizado como vitrine de exposição dos produtos dos anunciantes.

Não há destaques especiais de movimentos de câmera ou planos e enquadramentos mais sofisticados. Em geral, é o apresentador que mais dinamiza o desenvolvimento do programa entre os blocos, a partir do cenário. Cada bloco dura em média 10 minutos.

As matérias são distribuídas entre quadros fixos e matérias de divulgação dos casos policiais, geralmente com entrevistas com os acusados de algum crime, vítimas ou testemunhas e agentes de polícia. Os quadros fixos são os boletins da Delegacia Plantonista e do Instituto Médico Legal. Na edição analisada, do dia 20 de outubro de 2006, foram exibidas quatro matérias informativas relacionadas a crimes. Nas matérias, os repórteres da equipe do programa também são "duros" com seus entrevistados. Em geral, as perguntas aos acusados referem-se ao motivo de ter feito o crime e aos prejuízos causados às suas vítimas, em tom de "sermão" e bem incisivas. Closes e planos detalhes enfocam armas utilizadas no crime ou danos causados às vítimas, como as ataduras no braço de um taxista vítima de assalto. O tom das entrevistas pode ser evidenciado no trecho abaixo:

> Repórter Jurandir Araújo: "e agora, como vai ficar a situação do taxista que só tem o táxi para se sustentar, só sabe dirigir?"
>
> Acusada: "Eu não sei."
>
> Repórter Jurandir Araújo: "E você também nem quer saber, né!"
> (PROGRAMA TOLERÂNCIA ZERO, de 20/12/2006)

Por outro lado, nem sempre o tom é de acusação. Quando há um fato que indique possibilidade de defesa ou outras motivações que levaram a algum crime ou contravenção, o próprio Bareta também faz comentários apresentando-se, neste caso, na condição de advogado, como vemos no trecho abaixo, sobre um homem que atirou em um rapaz que supostamente assediou sua filha menor:

> Todos têm direito à defesa e ele principalmente (...) Eu não conheço pai, eu não conheço autoridade que suporte.
> Alguém faça alguma coisa por ele, que a gente ta vendo que é um pai de família, que tem uma arma, deve ser uma garrucha velha (...) e o cachorro (...) vamo analisar direitinho o caso, vamo fazer injustiça não, tá bom!
> (BARETA, Programa Tolerância Zero, de 20/12/2006)

Os códigos sonoros buscam elementos que promovam o suspense e muitas vezes a intimidação. A situação é de certa forma quebrada com as brincadeiras e as referências a situações do dia a dia de quem mora na cidade. Não há, inclusive, uma preocupação com um roteiro rígido, o que faz com que muitos problemas técnicos sejam evidentes e as alterações aconteçam de acordo com a vontade do apresentador.

Figura 7: Bareta anunciando produtos ao vivo no cenário.

- Nível 3 - Ideologia

Os usos dos códigos televisivos combinados com as impressões de realidade, processos que constroem o produto audiovisual, compõem um quadro coerente e com aceitação social, que revelam valores e ideias tais como: individualismo, patriarcalismo, questões de raça ou classe, consumismo ou mudança de hábitos. Nesse ponto, o resgate dos contextos sócio-culturais e político-econômicos é primordial para o entendimento da intencionalidade do programa.

O programa utiliza a dramaticidade, o fetichismo do medo e da violência e a imagem de comprometimento social para fidelizar seu público. De fato, o tratamento dado às pessoas que procuram o programa busca valores de solidariedade e reafirmam relações de patriarcalismo muito presentes na cultura local. Um exemplo desta relação é a carta escrita por Ana Lúcia Costa Silva, de 38 anos, deficiente física há 11 anos. Na carta, ela informa que pede doações de “porta em porta” e junta sucata para fundar e manter uma associação, o Centro de Apoio a Pessoas com Deficiência (CAPD/SE). Na carta, Ana Lúcia menciona que esteve em feiras livres pedindo os restos de alimentos não-vendidos, sem ser atendida, preferindo jogar fora. Por conta da experiência, foi até o programa do Bareta a quem pede: “Seu Bareta, eu gostaria que de vez em quando o senhor passasse em todas as

feiras, porque não era melhor se eles vendessem as coisas mais barato do que jogar fora?". E complementa justificando a confiança depositada no programa:

> É um programa que ensina as pessoas a se orientar e lutar pelos seus direitos. Abre os olhos, alerta e diz a verdade, os outros não têm coragem de falar e Bareta fala sem medo do direito de todos, deficientes, homossexuais (ANA LÚCIA COSTA SILVA, em depoimento a autora em 06 de fevereiro de 2009).

As estratégias de fidelização dos anunciantes se utilizam ainda de elementos familiares ao público local. Quando apresenta algum produto, em geral relaciona-o às rotinas e às realidades locais. Por exemplo, ao falar do cuscuz "Curinga" indica que ele pode ser encontrado nos supermercados de bairro, diz sua maneira preferida de preparar o cuscuz, complementando que só com a marca o cuscuz fica como feito de milho da fazenda. Em outro momento, Bareta menciona eventos e pessoas conhecidas, sempre valorizando características regionais e hábitos vividos pela maioria da população nordestina e dos segmentos sociais que compõem sua audiência. Exemplo destes artifícios (retóricos) pode ser observado no trecho abaixo, em que comenta sobre um dos membros da equipe, que aproveitou o intervalo do Horário político para comer um prático comum da região, o pirão:

> *Furiba* aproveitou esse negócio de 20 minutos, foi comer um pirãozinho aqui, da Mãe Iaiá, certo! Mãe Iaiá fez um pirãozinho lá (BARETA, Programa Tolerância Zero, de 20/12/2006).

São contextos familiares e de vizinhança reafirmados frequentemente. Sobre a relação com os produtores do *Tolerância Zero* um anunciante comenta:

> Vocês para mim aqui é uma família (...) Esse tempo que eu tô aqui com vocês pra mim eu me sinto em casa (PROGRAMA TOLERÂNCIA ZERO, de 20/12/2006).

Percebe-se, portanto, que a publicidade, como já discutiu Raymond Williams em seus estudos sobre televisão, torna-se parte significante dos conteúdos do programa, afirmando e complementando seus sentidos de proximidade. A publicidade é parte da programação, integra quadros fixos e os diálogos aproximam

os produtos divulgados da realidade das audiências. Esta situação é comum em outros programas policiais, que podem chegar a ter 2/3 da duração do programa com publicidade[78] (ou seja, em um programa de 30 minutos, 20 estariam ocupados com publicidade em suas mais variadas apresentações).

Boa parte da duração do programa é dedicada à publicidade, sorteios, merchandising e promoção dos mais de 20 anunciantes. Em um dos blocos, de 9 minutos e 28 segundos de duração, por exemplo, foram destacados cinco anunciantes presentes ao vivo e/ou com VT divulgado.

Outra observação é a utilização por parte do apresentador do resgate do imaginário social local e dos valores e sentimentos que possam despertar a compaixão das audiências. No entanto, contextualiza os casos específicos com o universo vivido e conhecido pelas pessoas da região em relação às crianças do interior, em geral meninas, que são levadas por famílias da cidade para trabalhar. Muitas vezes estas meninas são exploradas, criadas como semiescravas, e nem sempre recebem educação e bons tratos como é prometido por estas famílias "tutoras".

Durante a participação de uma moça que busca por sua família verdadeira da qual foi afastada quando era criança, Bareta apela para as emoções com ênfase nos laços familiares e nas dificuldades enfrentadas pela moça para sobreviver sozinha a abandonada pela família original. Os planos detalhes dos rostos e olhos da moça evidenciam seus traços, a fim de que possa de alguma maneira ser identificada, mas também reforçam os sentimentos e os valores aos quais o apresentador se refere. O discurso utiliza expressões e um linguajar que é entendido pelas pessoas locais, formas discursivas que demonstram a gravidade da situação.

> Bareta: "Tai, a fisionomia dela, branquinha".
> Bareta: "Ela disse que foi sequestrada por uma família. Isso aí acontece nessas regiões aí do Sertão. Essa história de dizer: "ah, bote sua filha pra ir trabalhar comigo na minha casa, eu vou criar ela, lá no interior". Cuidado com essa história (...) O povo é muito ingênuo, do interior (...) Não, "leve ela"; "Maria, mamãe depois vai lhe ver, minha filha. Ó, depois você me dá o endereço". Oh, chegar aqui, manda as bichinha ir embora e tem delas que

[78] C.f.: COSTA, R. S. O comunitário e o popular no Programa do Marcão. Monografia (Curso de Comunicação Social), Universidade Federal do Tocantins, 2009. Palmas. O trabalho analisa o uso de expressões de jornalismo comunitário como estratégia de valorizar a imagem do compromisso social do programa, e evidencia que o já extinto "Programa do Marcão", da afiliada da Rede Record TV Jovem Palmas, é composto basicamente por publicidade e quadros de humor.

> se prostituem (...) e às vezes é até usada pelos patrões (...) Se a senhora quer filhos pra botar pra trabalhar vai parir um".
> Na descrição da moça, Bareta

No discurso acima, encontramos outra expressão que evidencia o lugar de onde se fala, traços de mestiçagem bastante fortes na região Nordeste do Brasil que conformam contornos da mestiçagem cultural. Quando o apresentador comenta que a moça é "branquinha", indica uma valorização da herança branca em relação ao índio e ao negro. Percebe-se que os traços da moça são mestiços e mesmo sendo morena é comum se chamar pessoas com a pele mais clara de "branquinha", (por exemplo, um ser humano branco e de cabelos loiros é chamado de "galego").

7.5 Programa *Frutos da Terra*

- Nível 1 - Realidade

Com 40 minutos de duração, exibido semanalmente, aos sábados pela manhã pela TV Anhanguera, afiliada da Rede Globo em Goiás, o *Frutos da Terra* é um programa tipicamente regional, com foco na cultura goiana. O programa mostra as tradições do Estado, como as festas, a culinária, o artesanato local, a música regional e o humor. Apresentado por Hamilton Carneiro, jornalista, poeta e compositor, o programa está ancorado no gênero musical, desde as raízes do gênero sertanejo até as toadas e cantorias da música regional e caipira.

A marca do programa, composta por um cesto de palha cheio de instrumentos musicais, mostra que a música é a mediadora da regionalidade que o programa pretende passar.

Fonte: http://www.frutosdaterra.com.br/

Figura 8: Marca do Programa Frutos da Terra

O *Frutos da Terra* estreou no dia 7 de julho de 1983, na TV Anhanguera, onde é veiculado até hoje. Mas tem sido exibido em outros Estados além do Goiás, quais sejam: Tocantins, Pará, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Minas Gerais, que alcançam o sinal das emissoras da Organização Jaime Câmara. De acordo com o apresentador do Programa, o *Frutos da Terra* é assistido por um público bastante diversificado, de várias classes sociais, que podem somar cerca de cinco milhões de pessoas.

Diversos aspectos da cultura do interior e que são reconhecidos por quem mora da Região Centro-Oeste do Brasil são apresentados no programa. A presença de artistas, os quadros de humor, as visitas a locais e instituições de cultura regional, os contos, “causos” e poesias populares, as temáticas, são aspectos que diversificam a abordagem do *Frutos da Terra*.

O programa tem uma produção bem trabalhada, com enquadramentos e movimentos de câmera que dinamizam a presença das personagens no cenário. Além disso, a produção em ambientes externos é muito frequente, seja na participação de artistas em seus locais de atuação, seja com a apresentação do próprio programa em outros ambientes, como um museu.

Seu formato é composto por vários quadros musicais intercalados por três quadros fixos: O primeiro quadro de humor é dos músicos humoristas Mauri e Xexéu, que fazem paródias de músicas conhecidas. No quadro, os humoristas, vestidos de caipira, cantam de forma humorada e caricaturada a versão da música

escolhida geralmente em tom de crítica social. O segundo quadro é dos humoristas Nilton Pinto e Tom Carvalho, que sempre contam “causos” e histórias engraçadas, de cenas cotidianas e geralmente com referência ao campo e ao caipira, tendo Hamilton Carneiro como mediador. O terceiro quadro fixo é a culinária, a cozinha do *Frutos da Terra*, que sempre traz receitas de pratos típicos ou pratos conhecidos ou típicos de outros Estados e países, mas adaptados aos ingredientes do Estado de Goiás e Região.

Figura 9: Hamilton Carneiro conversa com os humoristas Nilton Pinto e Tom Carvalho.

Além dos quadros fixos, cada programa tem um tema condutor, sempre recorrente nos diálogos com os convidados. Os temas são diversos: no programa analisado foi abordado o travalínguas, em outro programa o enfoque foi para as novas tecnologias no campo e o “caipira virtual”. Hamilton Carneiro trabalha com uma linguagem informal e com muitas expressões da Região, formando um tom de familiaridade e identificação com o público.

- Nível 2 – Representação

A abertura do programa é sempre com Hamilton Carneiro em plano próximo deixando algum recado ao público ou recitando versos (quadrinhas) enviadas pelo público. O cumprimento habitual é em tom familiar, ocasião em que convida o público a participar do programa por meio do envio de recados e versos que poderão ser lidos na abertura. Ao se referir aos Estados que recebem o sinal da emissora, ou que veiculam o programa, destaca sua audiência, transmitindo credibilidade, mas

também vincula estes Estados a um mesmo contexto cultural e de valores. Abaixo, o texto de abertura da edição do programa analisada:

> HAMILTON CARNEIRO versos: “Tem sabores da nossa infância que nos enchem de saudade/Milho assado, [???] só de lembrar dá saudade/Torresminho com mandioca, comida de majestade/Biscoito de forno de barro e a gostosa [???]/doce de leite que a mãe fazia nem discuto a qualidade/A gente rapava o tacho e comia sem piedade”.
> HAMILTON CARNEIRO: “Meu bom dia a você que nos acompanha em Goiás, no Tocantins, no Pará, no Maranhão, no Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Minas Gerais”.

O videoclipe de abertura também traz referências a elementos regionais, típicos do Cerrado. Fato interessante é que a vinheta alterna imagens de pomares, flores e frutos com moças bonitas provando e colhendo frutos especificados na letra da música-tema. Imagens dos quadros do programa são também intercaladas.

> Tema de abertura: “Periquito tá roendo o coco da guariroba/ chuvinha de novembro amadurece a gabiroba/Passarinho voa aos bandos em cima do pé de manga/No cerrado é só açaí, [?] e pitanga/Tem o [?] lá no mato, no brejinho tem ingá/No campo tem berinjela, murici e araçá/Tem os pés de marmelada, depois que massa pinguela/subindo pro cerradinho, mangaba e maná”.

O cenário, que lembra uma casa típica do interior com móveis em madeira, portas e janelas com vistas para flores e árvores e decoração rústica, recebe os artistas. Hamilton Carneiro mantém diálogos com seus convidados, em tom bastante informal e familiar inserindo as discussões a respeito do tema abordado na edição, como se percebe nos trechos descritos a seguir, parte da conversa com a cantora Elisa Canuto:

> Pois é, o Bororó casou, mudou, né! É uma maneira de dizer, mas sumiu... (HAMILTON CARNEIRO. Programa *Frutos da Terra*, de 23/09/2009).
> Pois bem, Elisa, o que significa travalíngua, você sabe? (HAMILTON CARNEIRO. Programa *Frutos da Terra*, de 23/09/2009).

- Nível 3 - Ideologia

O programa apresenta vários elementos de fazer criativo da cultura regional. O primeiro mescla aspectos regionais com elementos de consumo típicos das

indústrias culturais, como os apelos eróticos evidenciados com a presença de moças bonitas no *clipe* de abertura.

Percebe-se ainda que os contextos regionais estão em constante atualização, como é possível observar também no quadro de culinária da edição analisada e na participação de um músico jovem, que se apresenta aparentemente fora deste contexto regional, mas se mostra parte do universo cultural valorizado pelo programa. Situações assim podem ser observadas nos diálogos que seguem:

- Quadro Culinária:

> APRESENTADORA: “A cachapa é um prato típico da Venezuela, feito à base de milho assim como a pamonha. O venezuelano Alexys, encantado com nossos sabores da cozinha goiana, criou então a cachapa caipira e vai ensinar pra gente hoje aqui na cozinha do Frutos da Terra”.
> CHEF: “A cachapa que fazemos aqui é bem brasileira, procura no cerrado, na região sabores típicos deste Estado maravilhoso”.

- Com convidado, o músico Tom Chris:

> HAMILTON CARNEIRO: “Cê tá com cara de quem tava “araguaiando”, né, tá queimado!”
> TOM CHRIS: “Ah! Araguaia sempre, eu sou um homem do Araguaia. Adoro, adoro o Araguaia”.
> HAMILTON CARNEIRO: “Nas horas vagas cê vem pra cá, quando dá lua cheia, enche a região, aí tem que...”.
> TOM CHRIS: “Do mês de janeiro até mês de março a gente fica aqui, né!”.
> HAMILTON CARNEIRO: “É interessante, lá busca a inspiração e vem compor, cantar aqui.”.
> TOM CHRIS: “É verdade, é a nossa inspiração. O Araguaia é a nossa inspiração”.
> TOM CHRIS: “E a coisa nova é uma música linda que eu recebi de presente aqui do Hamilton Carneiro”.

As referências caipiras fazem parte do vocabulário utilizado pelo apresentador, constituindo-se um elo expressivo entre o programa e a região. Seja por meio do uso de expressões regionais, seja por meio de referências a personalidades conhecidas, ou ainda por meio da referência a hábitos e costumes típicos de Goiás e do Centro-Oeste. No diálogo acima, aspectos que identificam o povo goiano estão articulados à vida cotidiana, como a relação das pessoas da região com o Rio Araguaia. Abaixo, outras situações que exemplificam esta mediação, notadamente o uso de expressões locais, como o vocábulo “capiau”.

> E apesar de Gustavo falar que música não tem jeito de estragar o projeto, tem dois capiaus aqui que só sabem estragar a música dos outros (HAMILTON CARNEIRO, programa Frutos da Terra, de 23/09/2009).

O texto final do programa evidencia uma questão muito peculiar da regionalidade. O sincretismo de crenças representado nos gestos e palavras performatizados pelo apresentador evidencia a região e o contexto de comunidades como um território híbrido e multicultural, em que a proximidade e o cotidiano tornam a presença destas diferenças ainda mais emblemáticas e tensas, contudo, elas não são desconhecidas pelas audiências.

No encerramento do programa, este sincretismo é evidente quando o apresentador recita um verso geralmente como conselhos e rezas sobre situações diversas e se despede falando uma espécie de bênção final enquanto faz o "sinal da cruz" com ramos de plantas nas mãos.

> Se o intestino está cheio/gases que nem câmera de ar/tome um chazinho de canela/que logo vai passar.
> Deus te ponha virtude!
> (HAMILTON CARNEIRO, programa Frutos da Terra, de 23/09/2009).

É possível, por meio de estudos posteriores na área da recepção, perceber se os formatos televisivos e mesmo a ênfase em signos reconhecidos regionalmente e nas representações culturais locais podem diluir estas tensões (políticas, religiosas, de gênero etc).

7.6 Programa *Don e Juan e sua História*

- Nível 1 - Realidade

Don & Juan e sua História exibido semanalmente em todas as emissoras da Rede Alterosa em Minas Gerais, é um programa musical de auditório, do gênero sertanejo, conduzido pela dupla de música sertaneja que dá nome ao programa. A

dupla recebe e canta pedidos musicais do público da região ou de artistas, que contam suas histórias, em geral relacionadas à musica solicitada, marcando um caráter interativo com as audiências. É um programa selecionado para a análise, pois reúne música regional, presente em quase todas as emissoras, e uma relação interativa com as audiências A dupla apresenta certa proximidade com o público, falando a linguagem da região e interagindo com a platéia durante as apresentações musicais. As histórias são contadas por meio de vídeos enviados por pessoas comuns ou por outros artistas, nem sempre do ramo sertanejo, além dos pedidos feitos pelo público presente.

A produção do programa busca articular o gênero sertanejo às histórias cotidianas das pessoas, e assim, envolvendo pessoas ligadas a outros gêneros musicais e valorizando as emoções e histórias, em geral relacionadas ao amor. No programa do dia 13 de junho de 2008, Don e Juan recebem um pedido do vocalista da banda de rock Biquíni Cavadão. Um dos vídeos exibidos neste dia é um pedido da esposa de Don, que explorou demonstrações de sentimentos ao vivo e ainda envolveram crianças presentes na platéia que cantaram com eles suas músicas. Duas vezes por mês, a dupla também recebe convidados no palco.

O gênero sertanejo tem boa aceitação na região interiorana e metropolitana de Minas Gerais, de onde surgiram várias duplas inseridas no mercado da música sertaneja romântica no Brasil. O programa foi planejado pela própria emissora que verificou que havia audiência para o gênero. O programa piloto foi inclusive exibido, no dia 30 de março de 2008, marcando a estréia do programa na emissora.

Don e Juan e sua história foi criado para ocupar um horário aberto na programação local, no lugar do programa *Auto Papo*, que mudou o nome para *Vrum* e foi transferido para exibição nacional pela Rede SBT.

O cenário do programa é muito iluminado e intimista. O resultado é um ar sofisticado e que favorece a participação do público como componente que valoriza a relação da música sertaneja com as histórias de vida. De acordo com a produtora Bruna Piassi, *Don e Juan e sua história* tem um retorno positivo da audiência, pois já conseguiu dobrar os índices de audiência do programa ao qual substituiu.

Outra característica de identificação do programa com a região é a sua disposição na grade do canal, pois sucede outro programa local, *Viação Cipó*, que

aborda a cultura e as tradições de cidades mineiras, o que compõe um bloco fluido de identidade regional.

- Nível 2 – Representação

O cenário e as sequencias de planos, enquadramentos e ângulos de câmera compõem quadros bastante interativos e intimistas no programa. Os movimentos de câmera e planos enfatizam as emoções e formam uma relação de intimidade e familiaridade entre os elementos que compõem as cenas: cantores, músicos, cenário, público e vídeos de convidados..

Durante o programa, Don sempre pede a participação do público, que aplaude e canta junto com a dupla. Um destes momentos é o encerramento, em que a dupla agradece e se despede pedindo a todos para bater palmas e dar um grito, ao qual chamam de “ensaio do grito da saideira”, que é parte do refrão da música que vão cantar “A vida que eu pedi a Deus”, gravada pela própria dupla.

Figura 10: Don e Juan na arena que compõe o cenário

- Nível 3 – Ideologia

Percebe-se pela análise do programa que há uma intenção de valorizar a música sertaneja, mas sobretudo torná-la mais contextualizada e integrada a várias camadas sociais e culturais. Aspecto demonstrado na intenção de relacionar a

música sertaneja a histórias de vida e na participação de convidados ligados ou não à música sertaneja. As indústrias culturais buscam ampliar os nichos de mercado, sobretudo da música, a fim de torná-lo menos identificado com um público ou um gênero específico e mais envolvido nos diversos momentos de lazer da sociedade como um todo, de certa maneira vinculado mais a um contexto nacional.

> A música sertaneja realmente tem esse poder de contar o cotidiano das pessoas. E essa música que ele pediu, inclusive a gente canta com muito orgulho. Ela faz parte dos nossos repertórios nos nossos shows. Eu tenho certeza que vocês sabem. Vamos cantar juntos: Não aprendi dizer adeus (DON. Programa Don e Juan e sua história, de 22/06/2008).

O programa também faz referência à emissora e ao sucesso do programa. Há aqui uma relação entre a qualidade dos programas e a imagem da emissora. Do mesmo modo, o programa também é uma vitrine para a divulgação dos trabalhos da dupla. Em determinado momento, divulgam seus shows e discos produzidos.

> DON: Começando mais um Don & Juan e sua História. Olha, que prazer, muito obrigado pela audiência. A gente a cada dia tem se surpreendido com a audiência desse programa que a gente tem o privilégio de estar realizando aqui na sua TV Alterosa, a TV que o mineiro vê, hein, Juan!
> JUAN: "É verdade, a melhor televisão do Brasil (Programa Don e Juan e sua história, de 22/06/2008).
> DON: *Cês* viram gente, nós estamos internacionais (...) As pessoas devem estar se perguntando o que eles estão fazendo aqui. Eu tive o privilégio de estar fora do Brasil uma época, cantava ópera, pra quem não sabe. E essas pessoas me receberam infinitamente bem no país deles (DON. Programa Don e Juan e sua história, de 22/06/2008).

Expressões de valores coletivos e do imaginário regional também constituem um elo entre o programa e as identidades culturais locais. Os contextos religiosos e a referências às cidades de origem do público presente ao programa, com destaque para Belo Horizonte, são elementos que inspiram essa relação das pessoas com o local onde vivem. Ao se referir às pessoas vindas de Belo Horizonte, Don enfatiza:

> Que Deus abençoe a vida de vocês aí de casa. Que Deus abençoe a vocês que vieram aqui prestigiar o nosso trabalho (DON. Programa Don e Juan e sua história, de 22/06/2008).

A relação do programa e dos apresentadores com o Estado de Minas Gerais é essencial para a mediação cultural que o programa pretende alcançar. Corrobora com o que a produtora do Programa, Bruna Piassi, compreende sobre a atuação de um programa regional. Segundo a produtora, um programa regional deve abranger todo o Estado e, consequentemente, o programa deve falar sobre os elementos que podem ser identificados por toda a região onde é exibido, o que não impede que ele ultrapasse estas fronteiras, por exemplo, quando o tema abordado atende vários públicos e gostos. Nesse sentido, a emissora também busca esta identificação, o que também é demonstrado pelo *slogan* da TV Alterosa: “A TV que o mineiro vê!”.

> O programa regional deve ter a cara do Estado, não adiantaria fazer um programa sobre Funk para exibi-lo aqui, isso serviria para o Rio de Janeiro. O Mineiro é conservador, e se identifica mesmo é com sua cultura, não adianta tentar "empurrar" nada que não haja identificação. Hoje, não vejo dificuldade em produzir um programa regional, mesmo porque, ele é musical, e quem não gosta de música? (BRUNA PIASSI, em entrevista a autora em 23 de junho de 2008).

A citação acima demonstra que as produções regionais estão preocupadas com a identificação do seu público e buscam criar alternativas criativas para garantir audiência de seus programas, seja ancorando formatos específicos a outros existentes, criando novos formatos, ou atualizando os formatos já consagrados e exibidos pelas redes nacionais. Contudo, eles sempre devem trazer os valores e as identidades regionais.

7.7 Programa *Terra da Gente*

Nível 1 – Realidade

Produzido pela EPTV de Campinas, afiliada da Rede Globo, e exibido aos sábados, às 13h45, com aproximadamente 45 minutos de duração, o programa *Terra da Gente* narra os roteiros turísticos naturais do interior do Brasil, com ênfase na pesca esportiva, na preservação da natureza – fauna e flora, na culinária e na

música de raiz. Tem a pescaria como fio condutor para em seguida apresentar as diversidades culturais e naturais do Brasil.

O programa *Terra da Gente* foi escolhido por apresentar um formato turístico e exploratório das paisagens naturais, culturas locais e do cotidiano presente em muitas emissoras e por ter atravessado as fronteiras do regional/local ao percorrer outras praças do interior do Brasil que se identificam com suas temáticas.

A EPTV é uma das emissoras regionais mais bem equipadas do Brasil. A produção do programa *Terra da Gente* é portanto qualificada, com equipamentos modernos e profissionais especializados, que garantem reportagens bem produzidas, como a que foi escolhida para análise nesta pesquisa: *Terra da Gente – A última fronteira*, em que foram utilizados helicópteros, câmeras e equipamentos de transmissão subaquáticos além de investimentos necessários para a manutenção e sobrevivência da equipe de reportagem durante o tempo da expedição.

O *Terra da Gente* se tornou marca, e atualmente já tem loja própria em que disponibiliza para venda, além de DVD com edições do programa, agendas, camisetas e bonés com a marca *Terra da Gente*. A EPTV ainda vende o programa para outras emissoras também afiliadas à Rede Globo. A qualidade da produção e as temáticas compensam estas emissoras que não têm suporte para investir em uma produção tão cara.

No programa analisado a equipe de reportagem percorre, junto com uma equipe de pesquisadores, a última fronteira do Mato Grosso, entre os Estados do Pará e Amazonas, na região semelhante à ponta de uma flecha. A área é preservada, local escolhido para os cientistas identificarem as condições ideais de sobrevivência e reprodução da fauna aquática da região.

O programa é dividido em quadros, cada um com objetivos distintos que movem a expedição: no primeiro, o mergulho para identificar as espécies e a topografia dos igarapés e lagos, sobretudo a vida dos peixes em cardumes; no segundo quadro, a vida que existe sobre as árvores, tendo como fio condutor a busca pelo anhambé-preto, o maior dos pássaros semeadores em cujo ritual de acasalamento o macho faz exibições para conquistar a fêmea; no terceiro momento, a descoberta de macacos-aranha-de-cara-branca, que são mais encontrados no Pará, na região do Mato Grosso; o quarto quadro mostra os peixes típicos da região

além de acompanhar o trabalho dos pesquisadores: a coleta de sangue para a identificação do DNA de várias espécies e das condições de habitat ideais para o equilíbrio ecológico; no último quadro, a reportagem faz um paralelo entre a expedição da EPTV e a expedição Langsdorff que cruzou vários rios do Brasil em barcos a remo, em 1828, e catalogou por meio de desenhos e gravuras a flora e fauna da região.

Figura 11: Marca do programa Terra da Gente

- Nível 2 - Representação

Dividido em quatro blocos, com duração média 10 minutos, o programa começa com o apresentador no cenário, que faz a chamada das matérias. A marca do programa sugere uma possibilidade de sair dos horizontes que cercam a terra. Essa percepção aliada à análise das temáticas vinculadas à pesca e à preservação dos rios e mares mostram que viver em harmonia com a natureza é um compromisso de todos.

Os códigos audiovisuais utilizados pelo programa são típicos dos gêneros informativos, sobretudo do documentário. Muitas composições imagem-som são desenvolvidas a fim de demonstrar a importância dos temas abordados e o esforço da equipe de reportagem em “desvendar” os segredos escondidos nas águas e na floresta, características que se tornam evidentes na sua análise. As reportagens trazem vários efeitos e movimentos de câmera e uso intencional de diversos planos, desde os panorâmicos, no sentido de mostrar a grandeza da região onde é feita a reportagem, aos planos detalhes, objetivando diferenciar a composição do espaço da floresta amazônica, rica em diversidade na fauna e flora terrestre e aquífera. Alguns ângulos, como as tomadas aéreas aliadas ao ritmo frenético da hélice do

helicóptero, dão a dimensão aventureira da expedição em vários momentos da reportagem, que é complementada pelos códigos sonoros, ora acelerados ora mais calmos dependendo da informação que o tema exige, de suspense ou de reflexão, por exemplo.

Várias situações são gravadas na aventura do repórter Ciro Porto, que mergulha, pesca e sai age como um pesquisador. Cada descoberta é motivo de reflexão sobre a perfeição da natureza e a responsabilidade do homem para sua preservação, como observamos nos trechos abaixo:

No primeiro bloco, após mergulhar igarapés, o repórter alerta o público:

> Esse lago com tanta beleza pode parecer apenas um capricho da natureza, mas na verdade tem um papel fundamental para os peixes jovens (OFF. CIRO PORTO. Programa Terra da Gente – A última Fronteira).

Em outro momento, após o esforço de encontrar o anhambé-preto e com poucas imagens gravadas, o repórter acentua a dificuldade de se obter as imagens:

> Para nós, restou a certeza: tivemos um privilégio, de gravar um dos espetáculos do mundo das aves da Amazônia. Foi um dia diferente. Desses que ficam pra sempre na memória da gente (OFF. CIRO PORTO. Programa *Terra da Gente* – A última Fronteira).

Ao encontrar as duas espécies de macacos-aranha finaliza:

> Uma constatação curiosa, os rios dividem territórios entre espécies. Para nós, fica o desejo que esses rios continuem protegendo está área preservada (OFF. CIRO PORTO. Programa *Terra da Gente* – A última Fronteira).

O final da reportagem também apresenta o tom de alerta para a preservação ambiental, ilustrado por imagens da expedição:

> A última fronteira do Mato Grosso guarda todos os seus bichos e as perfeitas relações de dependência. Relações que para continuarem existindo hoje só dependem do bicho homem (OFF. CIRO PORTO. Programa *Terra da Gente* – A última Fronteira).

- Nível 3 - Ideologia

As reportagens do programa *Terra da Gente* apresenta vários aspectos que buscam garantir a credibilidade e o compromisso social da emissora. A reportagem é feita em contexto de expedição. Sonoras com pesquisadores e cientistas, guias locais e profissionais de órgãos fiscalizadores, como o IBAMA, as passagens do repórter inclusive feitas embaixo dos rios e igarapés, e ainda a abordagem de vários aspectos da região, possibilitam uma leitura de credibilidade por parte das audiências.

Não apenas o ambiente natural é mostrado. A reportagem também encontrou uma comunidade formada no ciclo da borracha, a Barra de São Manuel. Distante das cidades, a comunidade guarda um modo de vida simples. O repórter enfatiza a identidade das pessoas com o lugar e seu modo de vida de maneira positiva sem se evidenciar mais problemas sociais locais:

> REPÓRTER EM OFF: “Em casas de pau a pique cobertas com folhas de babaçu vivem 240 pessoas, na maioria crianças. Ninguém sabe ao certo quando esta comunidade surgiu. Apenas que tem seu auge em 1940 com os soldados da borracha, um esforço de guerra quando o governo Getúlio Vargas trouxe para esta região muita gente do Nordeste para extrair o leite das seringueiras utilizado na produção de pneus. Hoje, os beiradeiros, como gostam de ser chamados os moradores daqui, mostram os traços da miscigenação entre os nordestinos e os índios [mururucum]. Vivem da caça, pesca e roça, totalmente isolados da cidade”.
> REPÓRTER EM OFF: “Apesar das dificuldade, quase ninguém aqui pensa em deixar a floresta”
> MORADORA: “Eu não tenho inveja de quem tem televisão, não tenho inveja de quem tem um fogão a gás porque logo que me aposentaram disse: agora compra fogão, uma casa aqui na cidade. Eu disse: eu não, eu nasci no mato, eu tenho que morrer no mato, mesmo.’REPÒRTER: “Esse é o sonho da senhora?”MORADORA: “Pois é, isso que é meu sonho”.

Em entrevista com outro morador, Ciro Porto destaca a importância da comunidade e das pessoas que ainda moram lá durante o período de extração do látex.

> REPÓRTER EM OFF: “O tempo da borracha se foi, mas seu Severino decidiu ficar. E ficou para contar histórias”.
> SEVERINO: “Eu fiquei porque eu num gosto de andar assim,. Eu fiquei porque eu tinha meu lugarzinho, NE. Eu não ia abandonar ele pra ficar batendo cabeça *praqui pracolá*”.

Percebe-se ainda o uso de analogismos e comparações que facilitam a compreensão de muitos termos específicos utilizados pelo repórter na reportagem por pessoas de vários grupos sociais. Os códigos sonoros, duração das tomadas e planos e ângulos estão bem cadenciados proporcionando uma vivência, transmitindo para quem assiste o que foi experienciado pela equipe *in loco*, além de contribuir para melhorar a compreensão das situações apresentadas pelo repórter.

Na edição *A última fronteira*, percebemos que o meio ambiente é apresentado por meio de discursos e composição de imagens como uma rede integrada. Evidencia-se nesta reportagem que o meio ambiente é também ciência, turismo, descobertas e experiências do homem consigo mesmo, é o povo da floresta e também as pessoas que vivem em centros urbanos, em última análise, é a história do país.

Cabe salientar que a reportagem não indica vínculos culturais e sociais específicos. Mesmo ao abordar a comunidade da floresta o modo de vida é apenas apresentado. Quando relata a pesquisa desenvolvida pela expedição, o repórter ainda menciona que muitas estações de piscicultura cruzam espécies diferentes e isso pode prejudicar a reprodução das mesmas, caso elas entrem em contato com o ambiente natural. Interessante ressaltar que ao final de cada bloco há sempre uma narrativa com conselhos e alerta para a proteção do meio ambiente, o que evidencia o compromisso da emissora em mostrar estas ameaças.

7.8 Programa *Especiais RBS - Aventuras da família Brasil*

A Rede Brasil Sul de Televisão (RBS TV) criou há mais de 10 anos o Núcleo de Especiais. O núcleo já produziu várias séries de dramaturgias e docudramas da RBS, exibidas semanalmente, aos sábados, com duração de 20 minutos na grade de programação. As séries abordam desde aspectos históricos e tradicionais da cultura gaúcha até questões sobre meio-ambiente, roteiros turísticos, relações pessoais e familiares e a vida cotidiana dos gaúchos. Os programas destacam-se pela regionalidade abordada, pelo uso da linguagem do documentário e da ficção,

até então ausente nas emissoras regionais, para tratar de temáticas regionalizadas e de interesse local.

As séries já realizadas foram:

- 4 destinos;

- 10 anos Núcleo de especiais;

-A era dos dinossauros;

-Aventuras da Família Brasil;

- A ferro e fogo – tempo de solidão;

- Antártida;

- Curtas Gaúchos;

- Escritores;

- Fantasias de uma dona de casa;

- Fundo do mar;

- Herança Farroupilha;

- Hino Rio-grandense;

- Histórias curtas;

- Histórias extraordinárias;

- Loja da esquina;

- Minha história de Natal;

- Minimetragem;

- Mistério Farroupilha;

- Na trilha dos rios;

- O Legado Lutzenberger;

- Pé na porta;

- Porto Alegre dos Açores;

- Primeira geração;

- Quintana Anjo Poeta;

- Viagem à terra do Papai Noel.

Outra particularidade dos Especiais é a proposta de interatividade com as audiências de algumas séries, destacando-se um dos projetos mais antigos, *Minha História de Natal*, que começou em 1998 a partir da ideia de contar histórias reais do público que têm a ver com a época de Natal. Os interessados enviam as cartas para o programa contando sua história, que, se escolhida, serão contadas pelo próprio autor com o suporte da dramaturgia. São histórias em geral emocionantes, inusitadas ou divertidas que se destacam no cotidiano. Como parte da interatividade ainda, as pessoas podem enviar mensagens para o quadro *Mensagem de Natal* que são divulgadas no portal dos *Especiais*, no *Jornal do Almoço* da emissora e no Portal de voz *Minha História de Natal*. É o público também quem decide as melhores histórias. Abaixo, a chamada para o concurso *Minha História de Natal de 2009.*

> A partir desta quarta, 16, depois do JA, a votação final do concurso Minha História de Natal estará aberta pelo telefone 8401 0357. Você também poderá rever um resumo das três histórias escolhidas e votar:
> 1 para Sananduva
> 2 para Rio Pardo
> 3 para Bento Gonçalves
> Você poderá votar até o dia 19/12, sábado, até a entrada do segundo bloco do JA. (www.clicrbs.com.br/especiais)

Os especiais RBS são voltados para diversos públicos, sobretudo pela faixa horária em que são exibidos.

Outras séries promovem articulação com produtores independentes como *Histórias curtas* e *Minimetragem*, que incentivam a produção de cinema local. *Histórias curtas* selecionam filmes de curta-metragem produzidos por produtoras da região. O *Minimetragem* seleciona filmes de curta duração, em geral de um minuto, que são exibidos no horário dos *Especiais* e em momentos alternativos durante a programação da emissora.

Aventuras da Família Brasil aborda de maneira divertida o dia a dia e as confusões de uma família de classe média de Porto Alegre: Pai, mãe, filho, filha, neto e o namorado da filha, Boca. Na segunda temporada, exibida em 2009, o Filho

e o Neto descobrem seus primeiros amores; a Filha fica grávida de Boca, se separam algumas vezes; em uma destas separações, ela encontra outro namorado, um ator muito estranho que enche a casa de outros estranhos artistas. Por fim, é narrado o clima inusitado que acompanha o nascimento do novo bebê. As histórias são adaptadas das tirinhas de Luis Fernando Veríssimo com os atores Felipe de Paula (Boca), Miriã Possani (Filha), Beto Mônaco (Pai), Nadya Mendes (Mãe), Samuel Raginatto (Filho) e Arthur Quadros (Neto).

No episódio *De onde viemos e para onde vamos* às vésperas do nascimento do novo bebê e em meio a mais uma crise financeira, a Mãe resolve arranjar um emprego, dessa vez com o apoio do Pai. Enquanto isso, o Neto tenta entender a chegada da nova irmã, e a Filha e Boca preparam-se para o parto aquático. A 2ª temporada da série Aventuras da família Brasil tem direção de Márcio Schoenardie e produção da RBS e Casa de Cinema de Porto Alegre. O último episódio, *De onde viemos e para onde vamos*, foi escolhido para análise.

Figura 12: Boca e a Filha conversam sobre a crise financeira e o futuro e o bebê.

As personagens das *Aventuras da família Brasil* podem ser encontradas em vários centros urbanos, mas carregam expressividades bastante peculiares da cultura gaúcha. O humor é desenvolvido de forma bem sutil, de acordo com as características de cada personagem: A mãe sempre apaziguadora; o pai tradicional, que ainda se assusta com a modernidade dos filhos e do genro; o neto, com suas perguntas difíceis; e o genro, que sempre “arranja um jeito” para ganhar algum dinheiro e “se dar bem” na casa dos sogros.

- Nível 2 – Representação

A intencionalidade do programa já se anuncia desde a vinheta de abertura. As personagens surgem cada uma em um quadro, exceto o pai e a mãe que estão juntos no quadro, o fundo de cores claras contrasta com os tipos bem caricaturados que compõem o nome de cada ator. A vinheta fecha com a família em quadro, disposta como em fotografia, e a marca do programa em tipos inicialmente desconstruídos: primeiro “Brasil Família”, segue o complemento “Aventuras da Família Brasil”, em tipos coloridos, e abaixo o crédito “Baseado na obra original de Luis Fernando Veríssimo” (nome do escritor em caixa alta). Finaliza-se a abertura do programa com as marcas dos realizadores: RBS e Casa de Cinema de Porto Alegre.

As principais cenas acontecem na casa e em geral a família se reúne à mesa durante as refeições. Em 14 cenas, o episódio narra as vésperas do nascimento do novo bebê, uma neta, e as soluções para a crise financeira.

Logo na primeira cena, ao mostrar os gastos da família, o episódio desmistifica a divisão de “classes” em relação a valores e condições de vida, enfatizando que é questão de dinheiro apenas:

> MÃE: E então, como é que está nossa situação financeira?
> PAI: Bom, considerando toda a minha renda e descontando aí as despesas de supermercado, água, luz, escola das crianças...
> MÃE: Ta, ta, não faz suspense.
> PAI: Se tudo continuar como está nós vamos deixar a classe média na terça-feira, dia 9. MÃE: Hoje!
> PAI: Em... 4, 3, 2, 1.. [silêncio, quadro em preto e branco]
> MÃE: Ah! Não doeu nada.
> PAI: É, também achei que fosse pior. [rostos aliviados]

Nas primeiras cenas, o pai não admite que a mãe trabalhe fora de casa. Após um entendimento, a mãe tenta arranjar um emprego, mas percebe que seu lugar mesmo é em casa cuidando da família. O pai também não entende a estranha preparação de Boca e da Filha para o nascimento do bebê, tampouco o porquê da realização do parto na água e sob a trilha sonora do estilo *trash metal*. Contudo, finge que entende, sobretudo porque é “sempre o último a saber” dos acontecimentos da casa. A Filha também se preocupa com a crise financeira e pede para Boca arranjar um emprego.

Enquanto a Filha tenta fazer com que seu filho mais velho, o Neto, entenda e aceite o nascimento da irmã, o Pai reforça junto ao Neto sua preferência, enfatizando que um menino é melhor que uma menina.

> NETO: Vô, tu prefere neto ou neta?
> PAI: Ehhh, neto.
> NETO: De verdade?
> PAI: Hunhumm, meninas não sabem jogar bola!

Ao final, o parto não sai como esperado devido às “trapalhadas” de Boca e de seu amigo que ajudaria no parto. A menina nasce no hospital. O Pai e Boca nervosos acabam se entendendo por uns instantes.

As expressões regionais e os sotaques são bastante enfatizados. Um fato interessante é que é o próprio Boca, representando a geração jovem, que mais utiliza expressões locais como “bah!” E “tri!”, adequadas ao seu jeito moderno de falar, como se pode verificar nos trecho sabaixo:

> BOCA: Tchêee, sogrão, me empresta uns pila aí preu comprar uma fita pra câmera!
> PAI: E pra quê seria essa fita?
> BOCA: Como pra quê? Pra filmar o nascimento do neném.
> MAE: Boa ideia, Boca!
> PAI: Até que não é mal. Ta bom, óhh.
> BOCA: Uma fita boa é no mínimo uns 15, né!
> PAI: Vá lá, pode levar o troco.
> BOCA: Maaasss, ahhh, sogrão, hein... hahah!!

As cenas duram em média um minuto, sempre com o tom de humor presente nos diálogos mediados pelas características de cada personagem. O episódio termina com a família reunida no quarto da Filha, o neto tira fotografias, Boca, basbaque, segura o bebê, e o pai tenta manter a ordem para não incomodar a filha que acaba de dar a luz.

- Nível 3 – Ideologia

Aventuras da família Brasil apresenta as representações de uma família típica do Sul do Brasil e de uma cidade grande. O pai, mais tradicional, não nega o espanto com os estilos de vida dos jovens, tampouco o machismo, pois não permite que a mulher trabalhe e tenta impor sua autoridade como patriarca. A Mãe, no entanto, representa a mulher que deixou a pessoalidade para cuidar da casa, mas, por meio de ações sutis consegue ir resolvendo os impasses entre as gerações dentro do lar, revelando ser de fato a autoridade da casa.

Do outro lado, os mais jovens, que em alguns momentos revelam valores aparentemente distantes da família e de outras instituições sociais mediadoras, como o trabalho e a escola, são envolvidos por posturas tradicionais. Algumas situações exemplificam: quando Boca admite que precisa trabalhar em um emprego fixo; quando Boca e a Filha trocam o parto na água pelo hospital; quando o Pai e Boca ficam nervosos e as divergências são esquecidas em função do nascimento do bebê e quando todos estão juntos no hospital, felizes com a chegada da filha, da sobrinha, da irmã e da neta.

O programa permeia várias discussões que envolvem as famílias, mas que terminam por ser resolvidas. As divergências e intolerâncias entre as gerações são superadas por meio do elo que consolida os vínculos familiares, sobretudo entre Boca e o Pai.

A valorização da vida fácil que Boca leva também é superada pela crise financeira reforçada pelo nascimento do bebê. A Filha, contudo, parece seguir os caminhos da mãe, pois tem seu segundo filho, mora com os pais, é a conselheira do namorado, e também ficará em casa enquanto Boca deve trabalhar para prover a família. Sutilmente, é questionado a superioridade do homem em relação a mulher, pois só por meio de palavras Boca tenta acalmar a namorada dizendo que ele resolverá tudo.

> FILHA: Tu sabe que eu to sempre do teu lado, né, Boca? Mas é que esse lance da grana tá complicado.
> BOCA: Oh, gata, mas eu já te disse que é pra tu deixar que eu me preocupo por nós dois, né!
> FILHA: Só que agora tu vai ter que se preocupar com nós três.
> BOCA: Eu vou arrumar uma grana aí.

> FILHA: Cê tem que arrumar um emprego fixo. Por que tu não vai naquela imobiliária, lembra, que tu trabalhou? Lá eles gostam de ti, ou não?
> BOCA: Ah, gostam, né!
> FILHA: Então!
> BOCA: Quem sabe até cria esse tal de juízo, né!
> (*Aventuras da família Brasil*, episódio *De onde viemos para onde vamos*)

Aventuras da família Brasil e outras séries dos Especiais RBS mostram o Sul em suas mais variadas formas, do tradicional ao moderno, reforçando valores sociais e culturais. Contudo, não apenas mostra o Sul como um lugar próspero, mostra-o também como um território de pobreza, mas com pessoas que lutam para melhorar suas vidas, como é possível observar, sobretudo, em séries como *Minha história de Natal*.

Por outro lado, como já evidenciou Daniela Hinerasky (2005), em estudo sobre as identidades culturais na teledramaturgia da rede gaúcha RBS, existe uma tendência de enfoques mais diversos das culturas locais, pois ao lado das identidades do gaúcho tradicional e sua vida nos pampas estão as representações do cotidiano e das "trajetórias do gaúcho urbano que toma chimarrão com os amigos".

7.9 Algumas Conclusões

Os programas analisados apresentam uma tendência para um processo (ainda que possa ser não intencional ou não programado) de descolonizar, melhor, naturalizar as diferenças que separam as regiões, os Estados e territórios brasileiros. Naturalizar no sentido de desconstruir o sentido colonizado, evidenciar que cada lugar tem seus "modos de fazer", tem estratégias de atuar no presente e no cotidiano. São ações que buscam fugir da hierarquização que molda nossos valores e a concepção do que é bom, correto e bonito, inerente à vida em sociedade mediatizada pelos meios de comunicação. O Programa *Fora do Eixo*, ao mostrar, por exemplo, várias reportagens produzidas em diferentes Estados e sob diferentes modos de ver e viver a realidade, estreita a linha que verticaliza as culturas, os modos de vida e as demandas de cada lugar do Brasil. As reportagens ganham

peso quase igualitário, são associadas mutuamente, articuladas na sua materialização no programa e na cabeça da matéria feita pela apresentadora ao introduzir o material produzido fora da região de veiculação.

A linguagem coloquial e o uso de expressões e sotaques regionais, observados nos programas analisados, aparentemente com um discurso mais livre e menos regrado como é típico da produção televisiva, por meio de roteiros, *teleprompter*s e textos produzidos e revisados por uma equipe especializada, mostra uma forma de discurso menos autoritário e mais aberto às pluralidades culturais e locais e consequentemente às multiplicidades de leituras de suas audiências.

A identificação dos programas e das emissoras com suas audiências, nesse sentido, não é fixa, depende dos contornos culturais, dos formatos do programa, e das temáticas abordadas. O *Terra da Gente*, por exemplo, tem suas fronteiras ampliadas por não tratar de códigos culturais específicos de uma região. O Programa *Don e Juan* também poderia ser veiculado em outras regiões, pois trabalha a música sertaneja, amplamente difundida em várias regiões do país. Outros programas, como o *Raízes* e o *Frutos da Terra* abordam contextos mais localizados, mas que podem ser de alguma maneira bem aceitos em outras regiões pois trabalham com signos variados, como a música, o turismo e o humor. Embora o humor seja também mediador em alguns programas televisivos, a série *Aventuras da família Brasil* pode não ser bem aceita em outras regiões, pois a intensa expressividade de signos regionais pode causar certa estranheza ao público que não pertence ao território de exibição do programa.

Todavia, de acordo com os objetivos de cada programa, todas as produções regionais estão preocupadas com a identificação do seu público e buscam criar alternativas criativas para garantir audiência, seja ancorando formatos específicos a outros existentes, criando novos formatos, ou atualizando os formatos já consagrados e exibidos pelas redes nacionais. Percebe-se que as formas culturais, de acordo com a concepção de Williams abordada no capítulo 1, também se encontram em constantes atualizações. Notadamente, o fluxo televisivo parece ganhar evidência para os produtores nas emissoras regionais. Na TV Alterosa o fato de o programa *Don e Juan e sua história* compor um fluxo local e identitário na emissora foi evidenciado pela produtora como parte da identificação do programa

com a região, pois fora planejado a fim de articula-se como uma forma cultural que fortalece a experiência de suas audiências.

Nos programas analisados o regionalismo busca integrar outros contextos culturais. Embora as identidades locais sejam valorizadas, como forma de tornar o texto mais legível e conquistar o interesse das audiências, percebe-se o envolvimento de elementos culturais mais atualizados, abrangentes e menos caricaturados a fim de alcançar um público mais diverso. São estratégias que se constituem por meio de uma relação dinâmica que negocia valores no presente da enunciação, da escolha dos códigos televisivos, conforme podemos encontrar nos estudos de Michel de Certeau (1994).

Embora em alguns casos se evidencie um certo esvaziamento político, no sentido de se evidenciar conflitos sociais, quer falando de tabus ou de adversários políticos, a TV regional mostrou ser um local de mediação das diferenças e antagonismos que são ainda mais dinâmicos porque mais próximos do cotidiano. Como observou Bhabha, “um saber só pode se tornar político através de um processo agnóstico: dissenso, alteridade e outridade são as condições discursivas para a circulação e o reconhecimento de um sujeito politizado e uma “verdade” pública” (BHABHA, 1998, p. 49).

Mesmo na repetição, a televisão regional pode se constituir um espaço de discussão e crítica uma vez que ela é uma arena política por natureza. As realidades locais, portanto, são colocadas em uma zona de hibridismo que constrói um novo objeto político, um novo ativismo, novas formas de intervenção e negociação das identidades culturais locais. A temporalidade presente nos programas molda novas formas de intervenção, atualiza a linguagem da crítica, pois, nas relações cotidianas, mais do que oposição, a crítica abre um espaço de tradução, cria novas formas de entendimento.

As diferenças de gênero evidenciadas na matéria do programa *Fora do Eixo*, ou as diferenças culturais nos programas *Raízes* e *Frutos da Terra*, em que muitas expressões são explicadas pelos apresentadores, buscam mesmo estabelecer relações de encontros os quais são parte do cotidiano. São destacados valores que nem sempre são enfatizados nos programas mais comerciais das redes nacionais, construídos sob os signos do consumo das indústrias culturais.

Contudo, estratégias de investimentos alternativos são cada vez maiores nas emissoras comerciais. As parcerias também melhoram as produções dos programas também nas emissoras públicas. Vimos que o programa Frutos da Terra, por exemplo, tem uma produção mais profissional e recebe investimentos locais, contudo mantém estas mesmas características, dialogando com o público local.

Em sete dos oito programas analisados percebemos que os conceitos de região e localidade estão cada vez mais tensionados e dinamizados. Em um primeiro momento a ideia de nação é abordada pontualmente, como elemento integrador, como percebe-se na análise do programa *Carrossel da Saudade*. Os programas *Frutos da Terra* e *Terra da Gente,* veiculados em outras praças, demonstram essa mobilidade do termo região.

Os objetivos dos programas nem sempre são mostrar uma identidade local. O programa *Terra da Gente* trabalha elementos mais gerais inerentes ao jornalismo, objetivando destacar o esforço jornalístico de divulgar roteiros de pesca esportiva, peixes e a natureza preservada. Ainda que destaque as comunidades locais nos lugares onde visita, não coloca em evidência códigos específicos e híbridos destes grupos, que são vistos como material informativo, como modos de vida exóticos e pitorescos. O programa leva a marca da pesca como turismo e esporte e nesse sentido pode ser veiculado em diferentes regiões, tenham ou não hábitos próprios mais tradicionais ligados à pescaria.

Ainda que exibido em outras praças, o *Frutos da Terra* trabalha com contextos culturais que também são reconhecidos em outras regiões devido às condições topográficas parecidas e às migrações de pessoas entre o Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, Goiás, Tocantins, Sul do Pará e Sul do Maranhão, reforçando traços regionais e revelando o multiculturalismo.

Pensar a exibição de programas regionais em outras praças requer estudo criterioso. No caso das séries do Núcleo de Dramaturgia da RBS percebemos alguns contextos bastante específicos. As séries da RBS estão ancoradas em gêneros já reconhecidos pelas audiências em geral: a teledramaturgia, o humor e a reportagem. Todavia, outra fonte de referência são elementos específicos da cultura gaúcha e da Região Sul e ainda das dinâmicas urbanas peculiares à cidade de Porto Alegre, uma das principais regiões metropolitanas do país. Veiculado em outras praças, os elementos novos específicos da cultura sulista, os sotaques e as histórias

da região ampliam o nível de entropia na leitura destes programas. Pode haver um esvaziamento dos significados apresentados se direcionados a públicos cujos repertórios sócio-culturais não reconhecem os elementos apresentados no programa.

A dinâmica que amplia as fronteiras da televisão regional, portanto, está em outra ordem distinta da lógica comercial e hegemônica que molda os programas das redes nacionais. Pode-se perceber isso com os seguintes exemplos: fora da Região Sul, o tradicionalismo gaúcho se lança na telinha com os programas *Do Sul ao Pantanal*, da TV Cidade/MT (SBT Sorriso), exibido aos sábados pela manhã, com uma hora de duração, e o programa *Alma Gaúcha*, da Redesat, TV pública do Tocantins. No Distrito Federal, já foram exibidos pela TV Nacional os programas *Brasilerança*, produzido pela TVE da Bahia, e *Galpão Nativo*, produzido pela TVE do Rio Grande do Sul.

Por outro lado, a performance do apresentador mostrou-se chave para a identificação do público com o programa. O apresentador em geral, nos programas analisados, tem bastante prestígio na cidade e está ligado aos temas ou aos gêneros televisivos com os quais trabalha. E é ele, o apresentador, em muitos casos, essencial para a manutenção da identidade do programa, como verificamos nos formatos dos programas *Frutos da Terra*, *Raízes* e *Tolerância Zero.*

A expressividade é outra marca forte dos programas regionais. Nesse aspecto, incluem-se os sotaques, a linguagem coloquial e o uso de expressões características da região. Em se tratando do programa *Fora do Eixo*, essa situação é bastante emblemática, pois leva as diferentes formas de se expressar para públicos distintos, sem que tal forma seja de alguma maneira enfatizada como algo fora da normalidade, ou fora da regra televisiva. Uma situação distinta na teledramaturgia, por exemplo, pois os sotaques e as diferentes formas de expressão, linguísticas e culturais, são em geral marcadas por estereótipos, são caricaturadas.

Por trabalhar com esse cotidiano mais próximo a TV regional torna-se ainda mais mediadora social, instituição mesmo, no sentido de criar produtos que ajudam na manutenção do *status quo*, tradições, regimes de crença e relações de sociabilidade, mas também das relações de poder. Em um programa sobre o cotidiano de uma família gaúcha, percebe-se seus sotaques e as diferentes estruturas sociais existentes nos centros urbanos que, no caso de Porto Alegre,

convivem intensamente com forte valorização de identidades tradicionais, contudo plurais. No programa *Aventuras da família Brasil* nota-se a dimensão histórica e cotidiana evidenciadas nas aventuras da família, no choque de gerações e de valores, mas que mostra como a criatividade pode redefinir a ação dos sujeitos diante das situações que surgem.

Na série gaúcha analisada, enxerga-se mais claramente como a televisão se transforma em instituição social na medida em que busca perpetuar o ser/sujeito e sua posição social. Esta relação é por vezes problemática, mas a perpetuação da herança, da figura paterna é essencial. É o que se vê na relação entre o Pai e o genro e entre Boca e sua filha. Bourdieu explica esta herança como sendo muitas vezes aceita docilmente, mas que deve ser carregada de desafios para que o herdeiro construa sua própria história (BOURDIEU, 1997, p. 9).

Nesse sentido, alguns questionamentos surgem no momento de escolhermos um programa produzido em uma região diferente. Será que um programa como as *Aventuras da família Brasil*, apesar do humor sutil, seria bem aceito na Região Nordeste, por exemplo? O humor é um ingrediente que adentra diversos contextos, mas percebe-se uma diferença nos programas humorísticos do Norte e Nordeste, mais caricaturados e despojados, do humor desenvolvido na série da RBS. Da mesma maneira, as características culturais muito marcadas, como o sotaque e as expressões linguísticas, podem causar estranheza e prejudicar a legibilidade do programa. É essa dimensão específica de lugar que vai definir a inserção cultural dos programas.

Nessa análise, ficou evidente que os formatos ganharam presença significativa nos contextos regionais. A programação regional apresenta exemplos de formatos semelhantes aos já consagrados nas grandes redes nacionais. O programa *Interferência,* exibido pela RTP (Rede de Televisão Paraense), no Pará, afiliada SBT, para os municípios de Floresta, Castanhal, Capanema e Bragança, aos sábados, às 12h30, é um exemplo de programa regional que busca explorar a dinâmica e os recursos tecnológicos da televisão, com um formato semelhante aos programas esportivos e as revistas eletrônicas voltadas ao público jovem das grandes redes. *Interferência* é um programa de variedades que mistura quadros de humor, jogos e gincanas, música; e reportagens sobre turismo na região, no formato de revista eletrônica.

Por outro lado, alguns formatos ganharam destaque pela criatividade e envolvimento comunitário. O *Jornal do Piauí* foi um dos programas informativos, no formato telejornal, mas dinâmicos encontrados. Apresentado por Amadeu Campos o *Jornal do Piauí* é chamado pela emissora como o "programa jornalístico mais autêntico da televisão piauiense". O Jornal tem duração de 2 horas e 15 minutos, exibido de segunda a sexta-feira pela TV Cidade Verde, afiliada do SBT e conta com várias "editorias", transformadas em quadros, que vão ao ar em dias alternados. *Balaio de Gato, Economia e negócios, Espaço esportivo, Cidade verde aventura, Cidade Verde repórter* são alguns exemplos dos temas abordados nos quadros especializados do telejornal. O *Jornal Cidade Verde*, exibido das 7 às 8 horas, também trabalha com o formato de quadros como *Cidade Turismo* e *Nosso Ambiente*.

Os programas voltados ao público feminino também seguem os mesmos formatos que os programas nacionais. O programa *Elvira Raulino*, da TV Cidade Verde, afiliada SBT no Piauí, é um exemplo. O programa *Destaque*, das emissoras da Rede Massa, afiliada SBT no Paraná, tem o diferencial de ter versões locais para as quatro emissoras da Rede (TV Iguaçu, TV Naipi, TV Tibagi e TV Cidade).

Segundo Eugênio Bucci (1997), o melodrama, a capacidade de surpreender e assustar são aspectos presentes no jornalismo no Brasil. Nos programas regionais analisados percebe-se que esta característica permanece em outros gêneros, sobretudo pela presença de muitos programas policiais, como representantes da estratégia dramática que privilegia oposições binárias como o bem e o mal, o certo e o errado. No programa *Tolerância Zero* constata-se esta situação. Entretanto, esses dualismos sociais são diluídos na *Aventuras da família Brasil*. Verifica-se que em programas muito centrados em seu gênero dinamizar signos e valorizar a pluralidade cultural parece ser mais difícil.

CONCLUSÕES

Esta pesquisa teve como objeto de estudo a programação regional da televisão aberta no Brasil. Por meio da análise do perfil da programação local das emissoras regionais afiliadas às principais redes de televisão comercial aberta e as emissoras públicas de cada Estado e a análise de oito programas regionais, de cada Região do Brasil, verificamos como a realidade televisiva se articula com o cotidiano e as identidades culturais. Buscamos na programação da televisão regional perceber a dinamização das culturas locais na produção dos conteúdos televisivos partindo da hipótese de que a televisão regional vem buscando diferenciar sua programação a partir de novos códigos e referenciais culturais locais distanciando-se das generalizações e dos modelos impostos pelas redes nacionais de televisão aberta.

As emissoras comerciais próprias das redes Globo, SBT e Record localizadas fora do Estado da cabeça-de-rede e as afiliadas geradoras de programas locais constituem o corpus do primeiro momento da investigação, de base quantiqualitativa, da programação regional. Constituem a base de dados 1329 programas distribuídos em 192 emissoras.

A análise dos programas *Carrossel da Saudade* (TV Cultura/AM), *Raízes* (Redesat/TO), *Frutos da Terra* (TV Ahanguera/GO), *Fora do Eixo* (Globo Nordeste/PE), *Tolerância Zero* (TV Atalaia/SE), *Don e Juan e sua história* (TV Alterosa/MG), *Terra da Gente* (EPTV/SP) e *Especiais RBS* (RBS/RS) constituem o segundo momento de investigação, de base qualitativa.

A partir da percepção de cultura como processos vividos e negociados no cotidiano e da produção televisiva como formas culturais que articulam subjetividades, diferenças e dinâmicas culturais específicas, compreendemos a relação entre as identidades culturais locais e regionais e a televisão como cultura, por meio do uso de códigos específicos da linguagem e da estética da televisão, os quais são atualizados na televisão regional em relação à programação das redes de televisão nacionais.

O primeiro objetivo da pesquisa foi compor um panorama e perceber as características da programação regional da televisão aberta no Brasil por meio de

uma análise que localizasse a TV regional dentro dos marcos regulatórios da legislação brasileira. Neste sentido, observamos que, nascida local, a televisão no Brasil se constituiu em um sistema de redes centralizadas em dois principais centros urbanos do Brasil, os Estados do Rio de Janeiro e São Paulo. A programação é homogeneizada para todo o Brasil e nem sempre revela os aspectos regionais de outros Estados do país. As notícias, quando ganham importância para serem veiculadas nacionalmente, e peculiaridades regionais mostradas em telenovelas, por exemplo, abordavam mais o lado exótico, que, segundo Daniel Lins (1997, p. 99), destitui a diferença de sua complexidade e estrutura social ao estratificá-la. E não constitui o "Diverso", ou seja, "a outra face da identidade do Outro", o reconhecimento do Outro que contribui para o conhecimento do Eu. Nestes termos, a televisão perdeu o momento de se constituir em um espaço de referência das pessoas como parte de uma mesma experiência e integrantes do processo de mudança social para melhorar as condições de vida do país.

Os movimentos em torno da regionalização da televisão começam a ser moldados a partir da Constituição de 88 e depois por iniciativas como: a formação da Rede Pública de Televisão, editais de fomento à produção audiovisual e da Lei do Audiovisual. Paralelo aos incentivos do governo à regionalização da televisão e à veiculação de conteúdos regionais na programação nacional, as redes de televisão nacionais buscam uniformizar sua imagem por meio do fortalecimento do jornalismo das emissoras afiliadas. Assim, as emissoras afiliadas à Rede Globo são obrigadas a investir em equipamentos e na profissionalização dos repórteres e produtores e uniformizam vinhetas, cenários e estilos de narração que possam identificar a programação local com a rede mãe. As redes SBT e em seguida Record também investem nas afiliadas por meio de um processo semelhante ao desenvolvido pela rede que detém o primeiro lugar de audiência no Brasil, a Rede Globo. Atualmente, as afiliadas da Record mantêm versões regionais dos programas da Rede. Este processo alterou um pouco o cenário de regionalismos na televisão brasileira: quadros como *Me Leva Brasil* (programa *Fantástico* da Rede Globo) e *Achei no Brasil* (*Domingo Espetacular* da Rede Record) ganharam destaque e reportagens produzidas pelas emissoras regionais passam a ser exibidas nos telejornais nacionais.

Na outra dimensão, as emissoras regionais começam a se profissionalizar e com isso melhorar a qualidade e qualidade da programação local. O quadro é ainda mais dinamizado se considerarmos outros contextos como: a consolidação de redes regionais de televisão, o surgimento de pequenas redes nacionais como a TV Gazeta (que cobre os Estados de São Paulo, Mato Grosso e Paraná além de algumas capitais no Brasil) e emissoras locais como a TV Diário, no Ceará, que tem programação 100% local.

As emissoras afiliadas à Rede SBT são as que apresentam maior número de programas próprios ou em parceria, seguidas das emissoras públicas. A maioria destes programas encontra-se na Região Nordeste, contudo, proporcionalmente ao número de Estados, a Região Sul mantém uma programação local maior. Os Estados com maior produção local são: São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Mato Grosso. Os Estados com menos programação local são: Roraima, Amapá, Mato Grosso do Sul e Rio de Janeiro.

Percebeu-se que a Rede Globo vem trabalhando com parcerias com as redes e emissoras afiliadas regionais. Mas é o SBT a rede nacional que mais exibe programas terceirizados. As emissoras da rede Pública, por sua vez, em relação às emissoras comerciais estudadas nesta pesquisa, trabalham mais com parcerias e co-produção de programas, por meio de projetos comuns da própria TV Brasil, da abertura a produção local ou de projetos de fomento à produção audiovisual como o DOCTV, o que dinamiza e favorece a pluralidade cultural na televisão.

Assim, enquanto as emissoras públicas contam com mais liberdade para escolher programas, quer próprios quer produzidos por outras emissoras associadas à TV Brasil, as emissoras comerciais usam a padronização para ganhar força e fixar a sua imagem. Por outro lado, percebemos por meio da análise geral da programação regional que, embora o entretenimento seja predominante, as emissoras regionais são vistas como importante fonte de informação, trocas simbólicas e visibilidade.

Na dinâmica de gêneros e formatos dos programas listados na base de dados, a maioria é informativo (49,8%), seguido de perto pelo *entretenimento* (37,7%). OS programas religiosos estão mais presentes nas Regiões Centro-Oeste e Nordeste. Proporcionalmente, o entretenimento ganha destaque nas Regiões Sudeste e Sul e em terceiro lugar na Região Nordeste. O entretenimento pode ser

explicado pelo fato de as culturas locais buscarem formas culturais mais enraizadas nos seus valores e gostos, buscarem se ver na televisão, mas inseridos em contextos e manifestações culturais reconhecidos e partilhados coletivamente. É o que foi percebido com a análise dos programas *Carrossel da Saudade*, da TV Cultura/AM, das *Aventuras da Família Brasil*, da RBS/RS e do *Frutos da Terra*, TV Anhanguera/GO.

Contudo, de acordo com os objetivos de cada programa, todas as produções regionais estão preocupadas com a identificação do seu público e buscam criar alternativas criativas para garantir audiência de seus programas, seja ancorando formatos específicos a outros existentes, criando novos formatos, ou atualizando aqueles já consagrados e exibidos pelas redes nacionais. Percebe-se nessas formas culturais também constantes atualizações.

Notadamente, o fluxo televisivo parece ganhar evidência para os produtores nas emissoras regionais. Na TV Alterosa o fato de o programa *Don e Juan* compor um fluxo local e identitário na emissora foi evidenciado pela produtora como parte da identificação do programa com a região. O fluxo televisivo planejado na televisão regional articula-se como uma forma cultural que fortalece a experiência das audiências com a televisão.

Os conteúdos e a linguagem dos programas de televisão locais são motivados pelo contexto histórico-cultural e econômico das suas audiências e público alvo. A análise dos programas mostrou que a TV Regional tem trabalhado com formatos e gêneros já consolidados na televisão, contudo eles são em geral adaptados, hibridizados, conformados aos gostos e objetivos do programa, revelando assim os públicos preferenciais. O uso de táticas criativas molda modos de fazer específicos das experiências e trocas cotidianas que ocorrem no contexto de proximidade regional/local. Programas policiais nas Regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste misturam assistência social, cidadania e humor, revistas eletrônicas trabalham com jogos, colunismo social e turismo regional. Programas como o *Café com TV*, da TV Alterosa/MG, misturam entrevistas, turismo, biografia com símbolos regionais. Neste caso, percebemos aqui que o encontro da economia está amalgamado com outros valores que constituem referência para a região.

Uma alternativa para aumentar a produção local de conteúdos e manter uma situação de *fluxo televisivo* que identifique a expressividade local da emissora são os

programetes, especiais ou fixos. Assim, reportagens de cerca de um minuto sobre cultura local, turismo ou abordando séries especiais como "literatura local", "vultos históricos", ou ainda *programetes* com formatos específicos, como o *Vídeo-verso* da TV Cultura do Pará, podem ser inseridos no decorrer da programação formando um fluxo regional e identitário local. Neste sentido, reforça-se a percepção defendida por autores como R. Williams e Arlindo Machado de que o fluxo televisivo tem conformado a televisão como forma cultural mais do que a programação.

A publicidade também é componente dos processos de identificação das audiências nos contornos do fluxo televisivo. As mensagens de divulgação dos produtos locais buscam estabelecer os elos que os ligam a hábitos e costumes e ainda as relações pessoais e afetivas, inclusive entre programa e anunciante, conforme observou-se na dinâmica publicitária do programa *Tolerância Zero*.

Um destaque na materialidade dos formatos nas emissoras regionais evidenciado nesta análise é a performance do apresentador a qual mostrou-se essencial para a manutenção da identidade do programa, como verificamos nos formatos dos programas *Frutos da Terra*, *Raízes* e *Tolerância Zero*. O apresentador em geral tem bastante prestígio ou envolvimento com lugares públicos na cidade estando ligado aos temas ou aos gêneros televisivos com os quais trabalha.

Os códigos e a linguagem nos programas regionais são marcados pela expressividade. Recursos técnicos e estéticos são trabalhados com o intuito de garantir a legibilidade e menos como composição de um discurso próprio, ou seja, os recursos técnicos e estéticos que compõem a especificidade da televisão são utilizados articulados aos sentidos que se pretende levar às audiências. Entendemos que o mais importante, portanto, para as emissoras regionais não é a utilização original de efeitos de câmera, luz e enquadramentos. Eles são utilizados quando ampliam o sentido do texto e das imagens.

A maioria dos programas apresenta enquadramentos e movimentos de câmera com ângulos tradicionais. O uso de trilha sonora e enquadramentos mais dinâmicos são típicos dos programas esportivos, como o *Fora do Eixo*. Já a articulação de trilhas sonoras com o imaginário e os contextos locais pode ser evidenciada no Programa *Raízes* quando, por exemplo, as imagens de um seminário católico são acompanhadas da música "Oração de São Francisco". O planejamento dos cenários constitui marcas bem específicas dos programas

regionais. Eles revelam de antemão as características culturais da região, ainda que seja por meio de fotografia ampliada da cidade como pano de fundo do cenário.

Alguns formatos ganharam destaque pela criatividade. Muitos deles buscam a interatividade com as audiências, entre eles os programas analisados neste trabalho: *Frutos da Terra*, que recebe versos e acolhe temas sugeridos pelo público; O Programa *Raízes*, quando divulga fotos do apresentador tiradas durante suas visitas aos municípios e eventos; os especiais RBS nas séries *Minha História de Natal* e nos curtas Gaúchos e *Minimetragem*; O *Jornal do Piauí* da TV Cidade Verde, afiliada do SBT, que conta com várias editorias, transformadas em quadros especializados que vão ao ar em dias alternados.

Nos programas regionais a repetição dos temas e a ancoragem ao passado televisivo antes de serem cópias dos programas nacionais podem não provocar um efeito reducionista do conteúdo, mas por meio de usos criativos dos produtores e da audiência reforçar os valores e elementos de vinculação e pertencimento dos indivíduos.

Respondendo aos questionamentos apresentados na pesquisa, observa-se, portanto, que a televisão regional reafirma e atualiza alguns códigos já conhecidos na produção televisiva e também cria outros de acordo com as demandas locais, com as criatividades do presente, os modos de fazer e de crer dos contextos regionais, com o local da cultura. Contudo, a hibridização de gêneros e formatos de forma indiscriminada pode provocar efeitos banalizadores e diluidores dos objetivos principais de determinados programas, como exemplo citamos o uso do humor negro e do excesso de publicidade nos programas policiais, que muitas vezes enfadam o telespectador e comprometem sua própria audiência.

Outro objetivo desta pesquisa nos fez enveredar pelos contextos culturais nos quais os programas estão inseridos bem como as relações entre as identidades locais, a televisão e os processos de globalização da cultura. Neste sentido, evidenciou-se a posição da TV dentro do corpo social que a conforma como lugar de mediação, um *entre-lugar*. Por trabalhar com o cotidiano ainda mais próximo a TV regional torna-se ainda mais mediadora social, instituição mesmo, no sentido de criar produtos que ajudam na manutenção ou na atualização do *status quo*, em que tradições, regimes de crença e relações de sociabilidade, mas também relações de poder são reveladas. Assim, o patriarcalismo, o machismo, o choque de gerações no

contexto familiar, a reprodução dos valores socioculturais locais, os problemas e demandas específicos da região, são ainda mais articulados nos programas locais.

Do mesmo modo, o discurso da “valorização da cultura” presente em vários programas constitui o confronto entre indivíduo e a alteridade, evidencia a marca da diferença, não em posição de confronto ou de conflito, mas para identificar traços e laços identitários e culturais que não são percebidos como tais nos programas de rede nacional, e por outro, integrar mais as culturas tendo em vista que condições multiculturais de várias regiões do Brasil estão inscritas e tensionadas no cotidiano, nas experiências diárias.

Outras formas de sociabilidades de mediação entre programa e audiências e nesse sentido de constituição e afirmação de posições de identidades foram evidenciadas com a análise dos programas. Eles se constituem por formas culturais que atualizam e dinamizam as experiências cotidianas das pessoas, elegendo a televisão como um “lócus” de imbricamento cultural.

Por um lado, os programas regionais conformam signos que expressam a identidade e relações comunitárias das audiências em relação ao lugar. O imaginário social e religioso, os valores socialmente aceitos, são sempre utilizados como elementos identitários e não podem migrar para outros contextos impunemente, pois fazem sentido em determinada cultura. A programação regional de TV opera com uma linguagem coloquial e com o uso de expressões e sotaques regionais, em geral com um discurso mais livre e menos regrado como é típico da produção televisiva. A maioria dos programas que aborda a cultura local, o turismo e as manifestações folclóricas apresenta formas de discursos mais intimistas, aparentemente menos autoritárias porque trabalha sentidos reconhecidos, e mais aberto às diversidades culturais e locais e, consequentemente, às multiplicidades de leituras das audiências.

Por outro lado, percebe-se que os programas regionais buscam integrar outros contextos culturais por meio do encontro com o Outro, contudo valorizam o envolvimento de elementos culturais mais atualizados, menos estratificados e mais reconhecidos em um mesmo contexto cultural.

Pode-se analisar, nessa perspectiva, uma tendência para um processo de eliminação das más diferenças da colonização, não no sentido apenas de naturalizar

as diferenças que separam as regiões, os Estados e territórios brasileiros, mas de integrar estas diferenças como parte de um processo de construção de um novo presente com melhores condições de vida para todos (ainda que estejam ligados a motivações comerciais). São exemplos as dinâmicas dos programas *Fora do Eixo* e dos elementos referenciais a outros Estados e Regiões presentes no *Frutos da Terra* e *Carrossel da Saudade*.

Outra manifestação das subjetividades dinâmicas que ampliam o sentido de região e regionalidade ocorre no programa *Don e Juan e sua História*, cuja utilização da música sertaneja conforma signos reconhecidos por vários grupos sociais. A intenção do programa é claramente fazer do gênero em questão um mecanismo articulador de sociabilidades e identidades relacionais, que conformem sentidos de nacionalismos. Um discurso recorrente nos programas locais é a referência ao ser brasileiro, o que confirma a vinculação das identidades locais a um desejo de ser nação. É um contexto que pode ser analisado nos textos sobre o discurso colonial de Homi Bhabha e no sentido de comunidades imaginadas, posto que no cotidiano têm moldado o processo cultural vivido que articula a identificação dos sujeitos com um lugar, mas cuja referência é a nação.

A cultura local é mais do que divulgar manifestações culturais, envolve um processo em que o novo e o tradicional estão em jogo, e este novo não está desarticulado nem é recusado porque se encontra ancorado em valores socialmente aceitos e contextos identitários reconhecidos por cada público. Porém, enquanto elementos identitários regionais e locais são acentuados, há uma ampliação do sentido de região. O programa *Carrossel da Saudade* evidencia o sentido de ser não apenas amazonense, mas de ser Região Amazônica. Além disso, os elementos de uma cultura caribenha são misturados e reelaborados na dimensão em que foram incorporados ao contexto cultural local.

O uso de linguagens e formatos televisivos que podem ser reconhecidos por um público mais amplo, nacional até, como o humor, o turismo, devem estar associadas a outros códigos referenciais, caso os produtores desejem ampliar os repertórios de seus conteúdos. O programa *Terra da Gente* marca a pesca como esporte e turismo e pode ser veiculado em diferentes regiões. Entretanto, a pesca no programa *Frutos da Terra* tem objetivos e funções sociais diferentes e reflete um estilo de vida, um momento de lazer e de sociabilidade específico, pois a relação

das pessoas da Região com os grandes rios locais é familiar, representa tanto a sobrevivência como o entretenimento.

Do mesmo modo, a ancoragem na teledramaturgia e no humor de programas como algumas séries do Núcleo de Especiais da RBS, não garantem o sucesso de sua exibição em outros contextos culturais, pois são elementos específicos da cultura gaúcha e da Região Sul e das dinâmicas urbanas peculiares à cidade de Porto Alegre, conformam um repertório de informações entrópicas para determinados locais no Brasil.

A partir desse estudo, foi possível responder outros questionamentos expostos na introdução deste trabalho. Os programas regionais apostam nos recursos de mediação para estabelecer laços com suas audiências mais do que por meio de recursos técnicos inovadores. São as situações cotidianas, o uso de expressões da região e de acordo com as relações entre a casa e a vizinhança que conduzem a relação dos apresentadores com seus públicos.

A televisão regional ainda busca mostrar o compromisso profissional da emissora com a região e suas audiências: valoriza o esforço jornalístico de divulgar as informações úteis à região; articula modos de envolvimento com a comunidade, como campanhas e eventos, em geral esportivos, neste caso conformando esta forma cultural difundida nas sociedades desde a antiguidade; valoriza e aproxima a emissora e os seus dirigentes por meio dos discursos dos próprios apresentadores, mostrando a importância das pessoas na promoção de uma emissora comprometida com suas audiências.

O papel da televisão na construção de um imaginário regional pode ser ainda mais forte quando as sociedades se utilizam de variadas formas institucionais para manter vínculos, valores e costumes tradicionais. O caso das comunidades gaúchas no Brasil é emblemático. Independentemente de onde residem, os gaúchos negociam sua imagem e reafirmam sua identidade por meio da institucionalização de sua cultura de diferentes formas (pelo Centro de Tradições Gaúchas -CTG, pelo Estado, pela escola, pela família e pela televisão).

É notável, portanto, a importância dos diálogos entre as diversas fontes de produção dos programas regionais que conformam uma intertextualidade que reflete as experiências culturais dos públicos locais. Há uma situação de experiência e de

trocas simbólicas entre os processos de produção (a materialidade dos programas) e as leituras das audiências. A construção de discursos heterogêneos, com características localizadas, não necessariamente amplos ou redundantes - para serem lidos por uma infinidade de públicos distintos como pretende a programação nacional das redes de televisão aberta - moldam uma nova perspectiva da relação das pessoas com a televisão.

A dimensão cultural das experiências de se ver televisão é independente dos contornos econômicos e políticos que marcam a programação da televisão regional, no momento da leitura, ainda que seja forte a vinculação das emissoras/programas regionais aos contextos políticos e econômicos locais.

Esta nova relação entre televisão e públicos é reafirmada por meio da construção de textos metalinguísticos pela televisão regional. Existem referências em alguns programas à própria televisão, que estimulam a percepção de uma relação de interdependência entre emissora e públicos. Nos programas *Don e Juan*, *Especiais RBS* e *Tolerância Zero* há uma intenção de mostrar a televisão como parte mesma da cotidianidade local ao invés de ocultar seu protagonismo nas experiências dos sujeitos na vida cotidiana.

Em suma, a hipótese de que a televisão regional vem buscando diferenciar sua programação a partir de novos códigos e referenciais culturais locais distanciando-se das generalizações e dos modelos impostos pelos programas das redes nacionais de televisão aberta foi parcialmente confirmada, pois configura uma estrutura comum e significativa: o palco e a platéia (o público).

Embora não se trate de personagens reais (apresentador e pessoas), existe um palco: onde se realiza um show em que vários aspectos se enquadram em tipos claramente identificáveis e familiares em outros programas de televisão. A atuação performática do apresentador revela um alto grau de empatia e a capacidade de improvisação que reforçam sua legitimidade por meio de discursos fundados nos valores do bem (a solidariedade, o respeito, a hierarquia, o amor e a tradição). Por outro lado, as denúncias e desvios sociais mostrados nos programas assumem sempre as funções de reforçar o lugar de autoridade e de porta-vozes midiáticos em

momentos instituintes da interação apresentador/público, atores de processos comunicativos que reafirmam o lugar do regional dentro do que o público já espera.

Em síntese, podemos destacar alguns traços que marcam a programação da televisão regional aberta no país:

1. Fragmentação e diversidade. Os produtos são diversificados, múltiplos, misturam temas e gêneros que marcam o repertório dos programas regionais de TV;

2. Inscrição no domínio do senso comum. A inserção na vida cotidiana confere aos programas regionais de TV uma relação de "coloquialidade" com suas audiências. O discurso advém de padrões interativos dentro de uma determinada cultura e dentro de universos de referências partilhados por uma dada coletividade;

3. Caráter híbrido, entretenimento. A TV regional marca sua inserção na vida cotidiana do público/audiências prioritariamente por seu caráter híbrido e de lazer, mesmo quando oferece conteúdos de informação (jornalismo local), priorizando fatos e temas que mobilizam a vida social (crimes, roubos, greves, campanhas governamentais, vida de personalidades) apontando seu protagonismo no espaço público;

4. Uso da linguagem visual com apelo a sensorialidade. Os programas regionais trabalham com signos visuais facilmente reconhecíveis e que falam mais diretamente aos nossos sentidos. Estabelecem, assim, uma relação familiar com a audiência, sobretudo no terreno do icônico (relação de semelhança com o mundo), relação de proximidade com os sentidos e emoções das audiências;

5. Por último, acredito que este trabalho tem o mérito de mapear o cenário da programação regional de TV aberta no Brasil, estudo inexistente dentro da literatura sobre televisão no país, com a finalidade de contribuir para uma questão ainda pouco estudada: a diversidade dos produtos da televisão não necessariamente para atingir a uma grande audiência, mas para garantir um grau substancial de pluralismo que passa, necessariamente, por conhecer

> como se organiza o discurso local nos programas de TV aberta no Brasil, e também por entender quais as significações que estes programas têm na produção de sociabilidades, pertencimento, no reconhecimento de identidades e nos modos de consumir os produtos culturais da televisão.

Entendemos, por meio desta pesquisa, que a televisão regional é o espaço onde podem ocorrer articulações de processos culturais por meio da proximidade e da diversidade cultural promovida pelos programas locais. Os programas das emissoras locais constituem locais de trocas simbólicas, são formas culturais em que o conceito de articulação é constantemente dinamizado por meio das realizações sociais cotidianas e do fazer criativo dos grupos culturais demarcados. Assim, os programas regionais se utilizam de elementos que possam ser reconhecidos pela memória televisiva das audiências, momento em que é possível que sejam realizadas reconfigurações sociais e culturais por meio de um processo dinâmico que se atualiza também em função das experiências cotidianas.

Por fim, a pesquisa mostrou que a comunidade científica deve inserir novos debates em torno de uma classificação de gêneros e formatos para a televisão brasileira, sobretudo inserindo as dinâmicas que ora se colocam dentro da programação regional de televisão. Fica ainda a provocação para outras pesquisas empíricas que além da análise dos *realitys shows* ou dos vínculos políticos e econômicos isolados que permeiam a televisão debrucem-se em compreender a correlação entre TV e cotidiano na cultura regional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, L. **A Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BARROSO, F. L. A. **A Hora do Povo na TV. Análise do discurso de uma experiência "popular" de televisão.** Dissertação (Mestrado. Programa de Pós-Guaduação em Sociologia) Universidade Federal da Paraíba: Campina Grande, junho de 1996.

BAPTISTA, M. L. C. **Comunicação, trama de espelhos e desejos**. Canoas/RS: E. Ulbra, 1996).

BHABHA, H. **O local da Cultura**. Trad. Myriam Ávila, Eliana Lourenço de L. Reis, Gláucia R. Gonçalves. Belo Horizonte/MG: Ed. UFMG, 1998.

BAYMA, I. F. de C. *A concentração da propriedade de meios de comunicação e o coronelismo eletrônico no Brasil.* Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação. Vol.III, n.3, 2001. Pp. 140-171.

BAZI, R. E. R.. **TV Regional: trajetória e perspectivas**. Campinas/SP: Editora Alínea, 2001.

BERMAN, M. **Tudo que é Sólido Desmancha no Ar**: A aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

BAPTISTA, M. L. C. *Telenovela: mãe-metáfora da vida*. In: **Comunicação, trama de espelhos e desejos**. Canoas/RS: E. Ulbra, 1996

BAUER, M. W.; GASKELL, G. Allum, N. C. *Qualidade, quantidade e interesses do Conheciemento: Evitando confusões*. In.: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUMAN, Z. **Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

_____. Comunidade: A Busca por Segurança no Mundo Atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. **Globalização: As consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BHABHA, H. **O local da Cultura**. Trad. Myriam Ávila, Eliana Lourenço de L. Reis, Gláucia R. Gonçalves. Belo Horizonte/MG: Ed. UFMG, 1998

BOLAÑO, C. R. S. **Mercado Brasileiro de Televisão**. Universidade Federal de Sergipe. PROEX/CECAC/Programa Editorial. Gráfica Diplomata: Aracaju, 1988. 173p.

_____ Políticas de Comunicação e Economia Política das Telecomunicações no Brasil: convergência, regionalização e reforma. Aracaju: Editora UFS, 2003.

_____ *A economia política da televisão brasileira. Revista Latina de Comunicación Socia***l**. N. 17, maio de 1999. Disponível em: http://www.ull.es/publicaciones/latina. Acesso em dezembro de 2009.

BOURDIEU, P. *As contradições da herança. In*: LINS, D. (org.). **Cultura e Subjetividade. Saberes Nômades**. 5ª edição. São Paulo: Papirus, 1997. PP. 7-17.

_____. **Sobre a televisão**. Trad. Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. , 1997

BRITTOS, V. C. (Org.). **Comunicação na Fase da Multiplicidade da Oferta**. Porto Alegre: Nova Prova 2006.

BRITTOS, V. C.; SIMÔES, D. G. *Cultura Popular e sua metamorfose em produto do mercado televisivo.* . In: DUARTE, E.B.; CASTRO, M.L.D.de (orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia.** Porto Alegre: editora Sulina, 2006, 311p.. Pp 47-70

BUCCI, E. **Ubiquidade e instantaneidade no telespaço público**: algum pensamento sobre a televisão. Revista Caligrama (ECA/USP. Online), v. 2, pp. 1-27, 2007.

_____. ***Brasil em tempo de TV*.** São Paulo: Boitempo Editorial, 1997

BUTLER, J. **Television: Critical methods and apliccations**. London: Routledje, 2006.

CAILLÉ, A. **Antropologia do Dom: o terceiro paradigma**. Petrópolis: Vozes, 2002.

CAMPONEZ, C. **Jornalismo de proximidade:** rituais de comunicação na imprensa regional. Coimbra: Edições Minerva, 2002.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

CAPPARELLI, S. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM.,1982

_____. **A Periodização nos Estudos de Televisão.** PPGCOM/UFRGS, 1997. Disponível em: http://www.intexto.ufrgs.br/v1n1/a-v1n1a1.html. Acesso em junho de 2008.

CAPPARELLI, S.; LIMA, V. A. de. **Comunicação e Televisão**. **Desafios da pós-globalização**. São Paulo: Hacker, 2004.

CARVALHO, C. M. *A tevê e o discurso pedagógico*. In: DUARTE, E.B.; CASTRO, M.L.D.de (orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: editora Sulina, 2006.

CASTRO, M. L. D. de. ***A inter-relação publicidade/televisão***. In: DUARTE, E.B.; CASTRO, M.L.D.de (orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: editora Sulina, 2006.

CASTELLS, M. **A era da informação: economia, sociedade e cultura - A sociedade em Rede**. Vol I. Trad. Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999

CUNHA, W. **Cinema.** Coleção Biblioteca Educação é Cultura. Rio de Janeiro: Bloch/Fename, 1980.

DE CERTEAU, M. **A invenção do Cotidiano. Vol. 1. Artes de fazer**. Petrópolis/RJ: Editora Vozes, 1994.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e Cultura Popular**. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

ERBOLATO, M. L. *Polícia e jornalismo, objetivos comuns.* IN: Comunicarte, v.7/8, n.13/14, p. 70-83. 1990.

ESPOSITO, R. **Communitas: Origene et destin de la communauté**. Paris: PUF, 2000.

FERREIRA, C. A.. **A dinâmica dos novos formatos na televisão aberta brasileira.** Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, 2008. Brasília, 2008.

FISKE, J. **Television Culture**. London: Routledje, 1987.

FRANCISCATO, C. E. **A fabricação do presente:** como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. São Cristóvão/SE: UFS/Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

_____ **A construção da notícia política nos jornais de Sergipe. Uma análise dos constrangimentos e influências na produção jornalística**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) Faculdade de Comunicação (FACOM): Universidade Federal da Bahia. Salvador, 1998.

FROTA NETO, A. **Comunicação no poder e TV comunitária**. Porto Alegre: Rígel, 1993.

FUENZALIDA, V. **Expectativas educativas de las audiencias televisivas**. Bogotá: Grupo Editorial Norma, 2005. 146p.

GAGE, L. D. *A linguagem do cinema*. In: **O Filme publicitário.** 2ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GOHN, M. da G. **Teorias dos Movimentos Sociais:** Paradigmas clássicos e contemporâneos. São Paulo, Loyola, 1997.

GIDDENS, A. **Política, Sociologia e Teoria Social**. SP: UNESP, 1998.

_____. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva. Guaracira Lopes Louro. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006.

_____ **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Liv Sovik (org). Belo Horizonte/Brasília: Ed. UFMG/HUAMNITAS, 2003.

HELLER, A.; FEHÉR, F. **A condição política pós-moderna**. Trad. Marcos Santarrita. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.

HINERASKY, D.. A.. **A produção de teledrama regional**: *um estudo sobre a identidade cultural nas séries de ficção da RBS TV.* Revista Acadêmica do Grupo de São Bernardo. Ano 2, n. 3, janeiro/junho de 2005. Disponível em: http://www2.metodista.br/unesco. Acesso em 30/10/2007.

HOINEFF, N. **Nova televisão: desmassificação e o impasse das grandes redes**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

JACKS, N. **Querência: cultura regional como mediação simbólica.** Porto Alegre: UFRGS, 1999.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Tradução Marina Appenzeller. Campinas: Editora Papirus, 1996.

JOVCHELOVITCH, S. *Re(des)cobrindo o outro.* ***in****:* ARRUDA, A (org.)*.* **Representando a alteridade**. Petrópolis: Vozes, 1999.

KIENTZ, A.. **Comunicação de massa: Análise de conteúdo**. Rio de Janeiro: Ed. Eldorado, 1973.

KILPP, S. **Ethicidades televisivas: sentidos identitários na TV.** São Leopoldo/RS: Editora Unisinos, 2003.

LIMA, V. A. de. **Mídia: Teoria e Política**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2001.

LINS, D.. *Como dizer o indizível*. *In*. LINS, Daniel (org.). **Cultura e Subjetividade. Saberes Nômades.** 5ª edição. São Paulo: Papirus, 1997. PP. 69-113.

MATTOS, S. **História da televisão brasileira:** Uma visão econômica, social e política. 2ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes,. 2002.

_____ (org.). **A televisão e as políticas regionais de comunicação.** Coleção GT INTERCOM/GT Televisão, São Paulo: 1997.

MASTRINI, G. BECERRA, M. (directores)**. Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina.** Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad (IpyS)/ Prometeo Libros, 2006.

MÉDOLA, A. S. L. D.. *A produção independente na televisão do interior***:** o caso de Bauru**.** In: MATTOS, Sérgio (org.). **A televisão e as políticas regionais de comunicação.** Coleção GT INTERCOM/GT Televisão, São Paulo: 1997. 118 p.

MORAES, G; PETERS, D. (orgs.). **Diversidade Cultural e A convenção da UNESCO**. CBC/CBDC/Fundação Ford. 2006.

MONTORO, T.. S**.** *A construção do imaginário feminino no cinema espanhol contemporâneo*. *In:* MONTORO, Tânia; CALDAS, Ricardo (orgs). **De Olho na Imagem.** Brasília: Fundação Astrogildo Pereira/Editorial Abaré, 2006. pp 17-34.

_____ **La violencia como noticia:** un análisis de los telediarios de mayor audiencia en Brasil. Tesis doctoral. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra, 2001.

MORIN, E.. **O método 3.** O conhecimento do conhecimento. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1999.

MULLER, K. **Televisão regional e rede nacional**: um estudo de caso de emissoras afiliadas da Rede Bandeirantes de TV. Dissertação (mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2007.

NEGRÃO DE MELLO, M. T. *Santa Maria, Pinta e Nina. A redescoberta dos Caribes em espaços discursivos brasileiros.* In: ALMEIDA, J. de; CABRERA, O. (Org.). **Cenários Caribenhos**. Brasília: Paralelo 15, 2003, v. , p. 13-31.

OROZCO GÓMEZ, G.. **Televisión, audiências y educación**. Colômbia: Grupo Editorial Norma, 2001.

ORTIZ, R.. ***Mundialização e Cultura*, de São Paulo**: Brasiliense, 1994.

PERIN, G.. *Ficção televisiva: minissérie, novela, sitcom*. In: DUARTE, E.B.; CASTRO, M.L.D.de (orgs). **Televisão: entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: editora Sulina, 2006, 311p.

PERUZZO, C. M. K. *Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária.* XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte/MG, 2003.

_____. **Mídia regional e local**: aspectos e tendências. Rev. Comunicação e Sociedade. São Bernardo do Campo/SP: Póscom-UMESP, ano 26, n. 43. pp 67-84, 1º se. De 2005.

PIGNATARI, D.. **Informação, linguagem e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1980;

PORTALES, D. *A televisão do futuro. Entre as políticas e a desregulamentação*. In: KUNSCH, M. M.K. (org). **Indústrias Culturais e os desafios da Integração Latino-americana**. São Paulo: Intercom, 1993.

POZENATO, K. M. M. **Retórica e jornal televisivo**. Caxias do Sul/RS: EDUCS, 1997.

REIMÃO, S. *TV no Brasil – ontem e hoje.* In: _____ (org). **Televisão na América Latina. 7 estudos.** São Bernardo do Campo/SP, 2000. P. 59-80.

RIBEIRO, L. M.. **Comunicação e Sociedade:** Cultura, informação e espaço público. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004. Edição eletrônica.

ROLNIK, S. *Uma insólita viagem à subjetividade. In*. LINS, Daniel (org.). **Cultura e Subjetividade. Saberes Nômades**. 5ª edição. São Paulo: Papirus, 1997. PP. 25-34.

_____. *Toxicômanos de identidade. Subjetividade em tempo de globalização*. *In*. LINS, Daniel (org.). **Cultura e Subjetividade. Saberes Nômades**. 5ª edição. São Paulo: Papirus, 1997. PP. 19-24.

ROSE, D. *Análise de imagens em movimento*. In.: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SILVA, R. B. da. *Análise comparativa entre duas emissoras de televisão regionais situadas na Baixada Santista.* In: MATTOS, S. (org.). **A televisão e as políticas regionais de comunicação**. Coleção GT INTERCOM/GT Televisão, São Paulo: 1997.

SIMÕES, C. F. **Rede Globo, regionalização e segmentação: uma análise prospectiva da televisão brasileira pelo instrumental da Publicidade**. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

STAM, R.. ***A questão da linguagem cinematográfica***. In: **Introdução à teoria do cinema**. Editora Papirus.

TODOROV, T.. **O homem desenraizado**. Trad. Christina Cabo. São Paulo: Record, 1999.

VAN DIJK, T. A. **Discurso, poder e acesso**. IN: RECTOR, Mônica e NEIVA, Eduardo (orgs). Comunicação na era pós-moderna. Petrópolis-RJ: Ed. Vozes, 1997.

VASSALO DE LOPES, M. I.; FREIRE, D. de O. **A Telenovela como Narrativa da Nação. Notas para uma experiência metodológica em comunidade virtual.** XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, RN – 2 a 6 d setembro de 2008. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/ nacionais/2008/resumos/R3-1270-1.pdf>.

VITORINO, I. M. G. *Chapecó vive a nova era da informação abrindo espaço para a produção audiovisual local*. In: MATTOS, Sérgio (org.). **A televisão na era da globalização**. Salvador: Edições Ianamá; São Paulo: INTERCOM, 1999.

WILLIAMS, R. **Cultura e Sociedade – 1780-1950.** São Paulo: Editora Nacional, 1969.

_____. ***Marxismo y literatura***. Barcelona: Ediciones Península, 1980.

XAVIER, I.. **O discurso cinematográfico**. 3ª ed. Revisada e ampliada. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

JORNAIS CONSULTADOS

Hoje em Dia (Minas Gerais)
O estado de Minas (Minas Gerais)
A gazeta (Espírito Santo)
Diário de Cuiabá (Mato grosso)
Jornal da Tarde (Bahia)
A Tarde (Bahia)
Diário do Nordeste (Ceará)
Correio da Paraíba (Paraíba)
O estado do Maranhão (Maranhão)
Jornal da Cidade (Sergipe)

O Dia (Piauí)
Gazeta de Alagoas (Alagoas)
O Popular (goiás)
Correio Brasiliense (Distrito Federal)
O Estadão do Norte (Rondônia)
Diário da Amazônia (Rondônia
A Crítica (Amazonas)
Jornal do Tocantins (Tocantins)
O liberal (Pará)
Diário do para (Pará)
Gazeta do Povo (Paraná)
Zero Hora (Rio Grande do Sul)
Diário Catarinense (Santa Catarina)

SITES CONSULTADOS

http://www.abepec.com.br/associados.asp
http://www.hagah.com.br
http://comercial.rederecord.com.br/
http://www.comercial.redeglobo.com.br
http://www.sbtcomercial.com.br/
http://www.tvbrasil.org.br
http://www.tvu.ufpe.br
http://www.tvcultura-am.com.br
http://www.portalcultura.com.br
http://www.tvu.ufrn.br
http://www.tvu.ufpe.br
http://www.tvceara.ce.gov.b
http://www.tveducativa-al.com.br
http://www.aperipe.com.br
http://www.irdeb.ba.gov.br
http://www.tvantares.com.br
http://www.videos.ac.gov.br
http://www.radiobras.gov.br
http://www.tveregional.com.br
http://www.redeminas.mg.gov.br
http://www.tvebrasil.com.br

http://www.tvcultura.com.br
http://www.pr.gov.br/rtve
http://www. tvcultura.ufsc.br
http://www.tve.com.br
http://www.agecom.go.gov.br
http://rmtonline.globo.com
http://www.emsergipe.com
http://www.goiasnet.com.br
http://www.imirante.globo.com
http://dftv.globo.com/jornalismo
http://www.clicrbs.com.br
http://www.rpctv.com.br
http://www.eptv.globo.com
http://www.orm.com.br/projetos/tvliberal/programas.asp
http://www.recordcampos.com.br
http://www.recordbelem.com.br
http://www.ricsc.com.br
http://www.recordsantos.com.br
http://www.recordbauru.com.br
http://www.recordminas.com.br
http://www.tvparanaiba.com.br
http://www.tvleste.com.br
http://www.recordriopreto.com.br
http://www.pajucara.com/tv/
http://www.tvcidadefortaleza.com.br
http://www.tvvitoria.com.br
http://www.portalcorreio.com.br/tvcorreio
http:/www.jupiter.com.br/imperatriz
http://www.grupocapital.com.br
http://recordbelem.com.br
http://www.acritica.com.br
http://www.msrecord.com.br
http://www.sistemapericuma.com.br
http://www.tvcandelaria.com.br
http://www.pernambuco.com

http://www.recordrj.com.br
http://www.recordsorriso.com.br
http://www.grupoarinos.com.br
http://www.itapoaonline.com.br
http://www.antena10.com.br
http://www.redetropical.com.br
http://www.redetribuna.com.br
http://www.atalaiaagora.com.br
http://www. tvallamanda.com.br
http://www.redevitoriosa.com.br
http://www.sbtsorriso.com.br
http://www.tvb.com.br/
http://sbtcop.blogspot.com
http://www.tvi.tv.br
http://www.tvsorocaba.com.br
http://www.tvparaense.com.br
http://www.rtpcastanhal.com.br
http://www.sistemafloresta.com.br
http://www.tveldoradosbt.com.br
http://www.grupoarauto.com.br/tvcidade
http://www.tvmanaus.com
http://www.emtempo.com.br
http://www.rtvpontanegra.com.br
http://www.tvtapajoara.com.br
www.tropical94.com.br/
http://www.tvtucuma.com.br
http://www.valedoxingu.com.br
http://www.gruposcc.com.br
http://www.parana-online.com.br
http://www.redemassa.com.br
http://www.gppcom.com.br
http://www.nativatv.com.br
http://www.tvcampogrande.com.br
http://www.tvcidadeverde.com.br
http://www.tvrealsbt.com.br

http://www.tvserradourada.tv.br
http://www.redetribuna.com.br
http://www.tvalterosa.com.br
http://www.tvb.com.br
http://www.tvalagoas.com.br
http://www.tvaratu.com.br
http://www.tvtambau.com.br
http://www.sistemadifusora.com.b
http://www.cidadeverde.com.br
http://www.tvjangadeiro.com.br
http://www.tvjornal.com.br
http://www.redetvi.com.br
http://www.tvpontanegra.com.br

APÊNDICES

APÊNDICE A - ESPELHO DA BASE DE DADOS DA PESQUISA

VARIÁVEL 1: Região (região do país em que se encontra a emissora)

1. Norte
2. Nordeste
3. Centro-Oeste
4. Sudeste
5. Sul

VARIÁVEL 2: Estado (Unidade da federação de concessão da emissora)

VARIÁVEL 3: Emissora (Nome da emissora)

VARIÁVEL 4: Tipo da emissora

1- Comercial
2- Pública

VARIÁVEL 5: Afiliação da emissora

1. Globo
2. SBT
3. Record
4. TV Brasil

VARIÁVEL 6: Programa (Nome da produção televisiva local)

VARIÁVEL 7: Categoria televisiva do programa

1. Informativo
2. Entretenimento
3. Educativo
4. Publicidade
5. Outros

VARIÁVEL 8: Gênero do Programa

1. Auditório
2. Colunismo Social
3. Culinário
4. Desenho animado
5. Docudrama
6. Esportivo
7. Filme
8. Game show (competição)
9. Humorístico
10. Infantil
11. Interativo
12. Musical
13. Telenovela
14. Quiz show (perguntas e respostas)
15. Reality show

16. Revista Eletrônica
17. Série (seriado)
18. Série Brasileira
19. Sitcom
20. Talkshow
21. Teledramaturgia (ficção)
22. Variedades
23. Western (faroeste)
24. Debate
25. Documentário
26. Entrevista
27. Telejornal
28. Educativo
29. Instrutivo
30. Especial
31. Eventos
32. Publicidade
33. Religioso
34. Não identificado

VARIÁVEL 9: Principal formato do programa

1. Ao vivo
2. Auditório
3. Câmera oculta
4. Capítulo
5. Debate
6. Documentário
7. Dublado
8. Entrevista
9. Episódio
10. Esquete
11. Game show
12. Instrucional
13. Interativo
14. Legendado
15. Mesa-redonda
16. Musical
17. Narração em off
18. Noticiário
19. Quadros
20. Reportagem
21. Revista
22. Seriado
23. Talk show
24. Teleaula
25. Telejornal
26. Teletexto
27. Testemunhal
28. Vídeo clip
29. Vinheta

30. Voice over
31. Ao vivo e externa
32. Boletim/spot
33. Ao vivo/gravado
34. Auditório/gravado/externa/quadros
35. Televenda
36. Não identificado

VARIÁVEL 10: Temáticas

1. Notícias e informações gerais do dia (factual)
2. Temas da realidade regional e cotidiano local (não-factual)
3. Turismo: natureza e aspectos culturais locais
4. Agenda e roteiro cultural e artístico local
5. Folclore e cultura popular: culinária, música regionais, manifestações culturais
6. Cultura, história, patrimônio histórico-cultural
7. Periferias, minorias
8. Esporte local
9. Automóveis em geral
10. Aventura, meio ambiente e esportes radicais
11. Meio Ambiente, pesca
12. Infantil: desenhos, animação
13. Infantil: folclore e cultura popular
14. Culinária regional
15. Culinária em geral com quadros
16. Cidadania, responsabilidade social, utilidade pública, temas sociais diversos
17. Temas espirituais, psicológicos e intimistas
18. Missa ou culto
19. Jornalismo popular e policial
20. Produto audiovisual (vídeo, documentário, curta-metragem)
21. Vendas em geral
22. Divulgação de produtos e serviços
23. Agronegócios e notícias do meio rural
24. Informativo de órgãos ou empresas (universidades, Senac, Câmara legislativa etc)
25. Educação, instruções diversas, divulgação científica
26. Música regional
27. Artes em geral (música, literatura, cinema, teatro etc)
28. Aulas, supletivos
29. Especializado: política, economia, educação
30. Revista jovem: música, debates etc
31. Colunismo social, *making off*, cobertura de festas e eventos
32. Variedades com quadros de humor e jogos
33. Humor com interação com o público
34. TV, cinema, comunicação, informação
35. Revista feminina: Moda, beleza
36. Variedades: diversos temas
37. Música em geral (apresentação, clipes)
38. Biográfico
39. Revista: saúde, comportamento
40. Não identificado

VARIÁVEL 11: Periodicidade de exibição
1. Diário
2. Semanal
3. Quinzenal
4. Mensal
5. 2 a 4 vezes por semana
6. De segunda a sexta
7. Sábado e domingo
8. Sábado
9. Domingo
10. 2 vezes por dia
11. 4 vezes por dia
12. 8 vezes por dia
13. Desconhecido

VARIÁVEL 12: Tempo de duração do programa

VARIÁVEL 13: Reprise
1. Sim
2. Não
3. Desconhecido

VARIÁVEL 14: Período de exibição
1. Semana/manhã
2. Semana/tarde
3. Semana/noite
4. Madrugada
5. Fim de semana
6. Desconhecido

VARIÁVEL 15: Audiência do programa

VARIÁVEL 16: Observações
1. Parceria
2. Programa independente
3. Programa terceirizado
4. Parceria TVs públicas
5. Outro

APÊNDICE B - NARRATIVAS AUDIOVISUAIS

PROGRAMA 1

Programa: Carrossel da Saudade
Categoria: Entretenimento
Gênero: Esportivo
Formatos: Reportagens
Emissora: TV Cultura do Amazonas
Estado: Amazonas
Rede: Pública
Direção: Graça Barbosa
Produção: Cleide Picanço
Tempo total: 1h4'56''

Sinopse
O programa *Carrossel da Saudade*, exibido às sextas-feiras, das 20h30 às 22h, é realizado pelo Centro Cultural do Largo da Praça São Sebastião, Secretaria de estado de Assistência Social e Cultura de Manaus, em parceria com a TV Cultura. Seu formato é ao vivo, com público presente para assistir apresentações de músicos locais e nacionais. O clima é nostálgico, relembrando as canções antigas típicas do Amazonas bem como outras que tiveram sucesso em âmbito nacional. Nos intervalos entre as atrações, ao vivo, são exibidos clipes musicais diversos.
O programa tem um formato interativo na medida em que o público participa da gravação do programa e pode pedir músicas durante a apresentação. Além disso, o gênero musical também está presente em praticamente todas as emissoras analisadas mostrando ser bastante difundido. O programa tem duração de uma hora e 30 minutos, dividida em três blocos e é exibido às sextas-feiras ao vivo com apresentação de Walter Yallas.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Vinheta abertura	22''	Casal de dançarinos se movimenta no quadro; tipos do nome do programa em dourado são sobrepostos nas imagens bem como closes de cordas e notas musicais.	
Apresentação/Palco	3'52''	Início do programa em plano geral e panorâmico do	APRESENTADOR: "Carrossel da Saudade, o lugar

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		palco, do público com a igreja ao fundo. Corta para o apresentador em plano próximo, vestido em terno preto. Imagens seguem sempre alternadas entre apresentador e público, que, embora formado em sua maioria por pessoas mais velhas, agrega alguns jovens e crianças. Walter Yallas apresenta os apoios ao programa e os músicos da banda que acompanharão os cantores da noite. Close up de cada músico. Close no apresentador que anuncia que o programa vai comemorar o Dia do Idoso. Há aplausos e uma perceptível interação do público presente. E lê uma dedicatória, enquanto closes do público são mostrados. Em geral, menciona alguns grupos e pessoas presentes na platéia. Apresenta o primeiro convidado, que é do Pará mas mora em Manaus, o cantor Roberto Lima, e diz as músicas que ele vai cantar: É impossível acreditar que perdi você, de Márcio Greick; Aparências, de Cury/Ed Wilson; e um *pout pourri* de Roberto Carlos. Câmera no cantor que inicia o show.	da boa música, o lugar de gente feliz, o lugar das famílias amazonenses". APRESENTADOR: "Gente, envelhecer é tão natural quanto viver. Todos envelhecem. A idade avançada nada mais é que [?] Ela é bela porque traz a experiência, não é verdade? Quanto mais idoso mais experiente você é. Quanta experiência têm essas pessoas maravilhosas aqui para passar para os nossos jovens, não é verdade? Experiência de vida mesmo. Eu quero agradecer e parabenizar a todos vocês, então vou registrar a presença de alguns aqui".
Show 1	12'13''	Imagens alternadas de planos médios, próximos, close-ups do palco, do cantor, dos músicos e do público e panorâmicas do Largo. Uso de alguns movimentos de câmera como *travelling* e *zoom in*. Destaque de imagens de pessoas cantando e casais dançando. Cortes de tomadas variam de 8 segundos a 2 minutos, dando certo ritmo e ao mesmo tempo tranquilidade às cenas. As logomarcas dos apoiadores, seis ao todo, são sobrepostas no canto esquerdo inferior do vídeo durante 20 segundos, no início ou quase ao final de	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		cada show, ou nos dois momentos. Obs.: Códigos utilizados nas apresentações seguintes.	
Entre show	28''	Apresentador pede aplausos, conversa com o publico sobre o show e chama o intervalo. Informações para contatos com o músico dispostos no rodapé.	
Vinheta de intervalo	16''		
Palco	1'37''	O apresentador lembra que o programa é especial pelo Dia do Idoso. Reclama, em tom de brincadeira, que não ouviu os aplausos da volta do intervalo, ao qual o público corresponde. Apresenta o próximo músico, Lucas, e lhe dá as boas-vindas perguntando a cidade do cantor paranaense. Apresenta as músicas: Minha rainha, de Rita Ribeiro/Lourenço; Alguém me disse, de Jair Amorim/Evaldo Gouveia; e Mariposa, de Maná.	APRESENTADOR: "Mas tem muita gente paraense aqui. Aliás, o povo paraense contribui muito pro crescimento de nossa Região. Essa nossa troca de energias, o Amazonas com o Pará, é muito legal"
Show 2	13'09''	Após a primeira canção o cantor se dirige ao público o que ocorre em outros momentos.	CANTOR LUCAS: "A gente sabe que esse Carrossel é especial, uma dedicatória ao Dia do Idoso. Pra todos os idosos que estão hoje vivendo mais, curtindo mais, muita saúde, muitas felicidades". Cantor Lucas: "Muita gente matando saudade aí dançando, né!" Cantor Lucas: "Essa música é uma música que ... eu passei um tempo fora e a gente tem que aprender outras línguas, né. A gente ... eu sou conhecido por cantar muita música latina em Manaus. E esta música faz parte do repertório".
Apresentador/Show 3	13'07''	Ao final do show, sobe ao palco e interage com o público. Comenta alguns direitos dos idosos, cumprimenta pessoas e outros grupos de idosos	APRESENTADOR: "Me informaram que o programa ta maravilhoso porque vocês tão fazendo o programa maravilhoso, cantando, dançando,

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		presentes e apresenta a próxima atração, a cantora Ceicy Freitas, de preto e óculos escuros, e as músicas: Folhetim, de Chico Buarque; Nem morta, de Sullivan/Massadas; e Contra-senso, Martine/Milton Carlos e Samba Quadrado, Milton Carlos/Isolda.	aplaudindo. Então, aplausos para esse público fantástico que veio hoje ao nosso Carrossel da Saudade".
Apresentador	52''	Lê mais direitos dos idosos, faz cumprimentos nominais e parabeniza os aniversariantes do dia.	
Vinheta de Intervalo	16''		
Apresentador/Palco	3'31	Após ler mais direitos dos idosos chama ao palco Roberto Muller, umas das principais atrações da noite, bastante aplaudido, o mais antigo dos cantores desta edição cujo repertorio é mais romântico e saudosista. Comenta que é um convidado especial e diz: "é um garoto, né". O cantor agradece e informa que comemora seus 50 aos de carreira e agradece ao público de Manaus. Musicas: Entre espumas, versão Denis Marquetti/Bolívar; Nunca mais brigarei contigo e Cansei de humilhar, Ellas Soares/Sebastião Rodrigues.	
Show 4	12'28''	No palco, dois casais de dançarinos profissionais dançam.	
Apresentador Show 5	14'32''	Yallas comenta que um bar perto do evento está com a TV ligada no programa. Lê mais direitos dos idosos e apresenta a principal atração, Berg Guerra, muito aplaudido, aparentemente muito popular em Manaus. O cantor traz um estilo musical mais de seresta, com influências de sertanejo e calypso, mais dançante. Músicas: Te quiero (Mi vida), de Cecillo Nena/Reinaldo Barriga; Mulher nasceu pra ser	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		amada, de Mauro Mayck; e. O público lota o espaço de dança. No palco, bailarinos dançam. O cantor se movimenta mais no palco e interage com o público por meio de acenos e apertos de mão nos que estão na borda do palco, o que demonstra sua popularidade local.	
Encerramento	4’45”	O apresentador agradece aos mais de 3 mil presentes e pede que o cantor Berg encerre com mais uma música.	

PROGRAMA 2

Programa: Raízes
Categoria: Entretenimento
Gênero: Variedades
Formatos: Reportagens/Turismo/musical

Emissora: RedeSat
Estado: Tocantins
Rede: Pública
Direção: Di Naves
Produção:
Data: 06/2008
Tempo total: 52”29

Sinopse
Exibido semanalmente, aos domingos, das 10 as 11 horas, pela emissora pública RedeSat Tocantins, afiliada da TV Brasil, o programa de entretenimento *Raízes* apresenta um panorama diversificado da sociedade, da cultura e do meio ambiente natural do Estado do Tocantins. Apresentado e produzido pelo músico, arquiteto e produtor cultural Diomar Naves, de forma despojada, cada edição do programa mostra um lugar do Estado do Tocantins, destacando as belezas naturais, potencialidades turísticas, mas apresentando também grupos e pessoas referenciais do local que revelam a história por meio das peculiaridades do lugar, como culinária, “causos”. É comum a inserção de músicas cantadas pelo próprio apresentador geralmente em forma de roda nas casas dos moradores locais.
Com duração de uma hora, dividida em três blocos. Alguns programas apresentam estrutura especial, como visita a uma aldeia indígena, cobertura de algum festival de música, cobertura de corais na semana do Natal.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Vinheta abertura	1”45	Música tema fala das tradições culturais e dos costumes interioranos. A abertura mostra imagens do apresentador dirigindo sua moto na estrada, percorrendo lugares do Estado, andando a cavalo, tocando berrante enquanto canta o tema intercalando sempre com paisagens naturais como	Música tema: “Quem nunca viu catar lenha no mato e batida de pasto nos dias de mutirão/Quem nunca viu como se faz assento, como se reza no cruzeiro nas festas de São João/Quem nunca viu, poeira no estradão, berrante, laço e pião, boiada, paiol e curral/Quem nunca viu canto de siriema, donzela,

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		cachoeiras e rios, manifestações e festas populares etc. Diomar Naves, veste-se no estilo de vaqueiro (ou *cowboy* americano) e sempre de chapéu.	missa e novena na capela do arraial//Quem nunca viu, não vê mais não/dói fundo no coração/Eh, tempo bom! Eita meu Deus, me traz de volta o Sertão".
Apresentação	13''40	Programa inicia com plano detalhe da viola entoada pelo apresentador que também recita uma poesia. Câmera sobe em sequencia e abre plano próximo para o apresentador. Cenário é uma espécie de celeiro aberto com bancos de madeira e apetrechos do campo. A apresentação articula planos gerais do galpão aberto, detalhes dos objetos e close up médio do apresentador , com freqüentes efeitos de zoom. Diomar segue tocando e cantando a música Amora,de Renato Teixeira. Após a música, inicia o programa como o seu jargão "Oh, meu povo!" e sotaque do interior do Brasil, sempre de forma bem simples e coloquial e com uso de expressões locais da região de Goiás e Tocantins. Após a fala de abertura, anuncia a primeira parte do programa. Fala de algumas cidades que são "berço histórico" do Estado e dedica a visita a um amigo que mora na cidade, pelo seu aniversário. Continua fazendo a síntese do programa do dia e com os quadros habituais: a hora do abraço, em que dá recados para pessoas que escrevem ou ligam para o programa, ou que encontra casualmente; manda também os abraços para pessoas da comunidade do Programa no Orkut e ainda a foto-abraço, quando mostra no vídeo fotos dele tiradas em suas visitas aos municípios e outras ocasiões. E em tom de encerramento, convida a todos para	DIOMAR: "Oh, meu povo! Vamo começar o programa, uma musiquinha boa dessa, pra tentar alegrar o seu coração aí em casa, ta sentadim aí, NE, domingo, começando esse domingão, primeiro dia da semana, NE verdade? Aí começa segunda, terça,quarta, a luta da vida, a luta pela sobrevivência. Mas chega no domingo é dia de dar aquela descansada e ver nosso Programa Raízes. É muito bom ta na sua casa, viu! Obrigado por deixar que a nossa equipe, a equipe aqui do programa Raízes, a equipe da Rede Sat, a equipe toda, essa história que vem na nossa garupa, toda essa carga de cultura, de música, de cantador que nosso Tocantins entre junto aí na sua casa. Bom dia, meu povo, bom dia!". DIOMAR: "Vamo imbora sabe pra onde? Porto Nacional" DIOMAR: "Chega de conversa, né, gente! Vamo

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		fazer a visita e agradece aos seus apoiadores nominalmente e em tom de familiaridade e amizade. O primeiro agradecimento vai para o governador do Estado, Marcelo Miranda. Encerra tocando com a viola: “Amanheceu, peguei a viola, botei na sacola e fui viajar” parodiando “vou pra Porto já”. Corta para Porto Nacional.	pegá a estrada, vamos agora pra Porto Nacional, é aqui pertinho, então, é um pulo que já tamo lá na nossa cidade irmã. Meu amigo Paulo Mourão [prefeito] esperando a gente lá, com toda a sua equipe para divulgar sua cidade, a cultura da sua cidade. Beleza?”. DIOMAR: “Todo mundo aí coopera um pouquinho pra que a gente possa levar esse programa adiante”.
VídeoClip Porto Nacional	2’’14	Ao som de música sobre a cidade de Porto Nacional, intercala-se imagens em panorâmica da cidade, e planos de conjunto e close up do cantor, Ewerton dos Andes, com o violão, que está sentado na calçada de uma igreja antiga. A música é frevo do Caboçaco, de Bey Ayres.	
Vinheta de intervalo	‘’13		
2º bloco	17’’57	A equipe do programa visita o Seminário de Porto Nacional, um dos mais antigos e principal centro educacional do início e meados do século passado no Estado. A maior parte da matéria é composta de imagens de Diomar e de sua equipe visitando as instalações do Seminário, comum ao restante da produção e sempre com fundo musical que busca integrar-se ao tipo de lugar visitado e a situação. Câmera alterna em planos gerais, de conjunto, zoom e close up das pessoas e dos objetos. Primeira entrevista é com Maria das Mercês, que trabalha no Seminário e prepara cocada baiana. O apresentador lembra, então, as cocadas que sua mãe fazia, pede para ela dizer o modo de fazer e prova uma cocada. Sobreposto no vídeo aparecem	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		as Silabas MÁ RÉ BOM dispersas na tela. Corta para nova roda de encontro com os padres. Sentados, apresenta Dom Geraldo Gusmão e Padre Juraci, enfatiza que o padre é amigo da sua família e responsável por muitas obras no antigo Norte Goiano. Segue com uma conversa descontraída em que são contadas as histórias vividas pelos entrevistados, sobre a convivência do padre Juraci com a família de Diomar Naves, enquanto ele próprio faz muitos adendos e interrupções.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		interpretada por Fagner, de fundo. E corta para mais uma visita que chama a hora de colocar o “pé no mato”. Intercala-se imagens do carro com a marca de programa e imagens de araras. Passagem: acompanhado pelo secretário de educação do município, seguem para um criatório livre com 60 araras tendo como música de fundo Passarinhos, de Chitãozinho e Xororó. Após mais imagens do local, corta para próximo encontro. No vídeo, close up da senhora Aldenoura Mourão, mãe do prefeito, contando uma história, enquanto o apresentador acompanha com o violão. Dona Aldenoura canta uma música antiga, “Apoteose da saudade”. A entrevista enfatiza a história dela no Tocantins, desde 1946, sempre em tom descontraído e familiar. Segue então para novo encontro. Um churrasco na casa de um amigo na cidade, Lauro Aires, violeiros cantam modas de viola. Diomar apresenta o aniversariante e o bloco segue com imagens do local, brincadeiras e conversas irreverentes entre os presentes, em clima de reunião familiar. No local, Diomar destaca a presença de um prefeito de outro município e da primeira dama a qual menciona ser a mais bela do Estado conforme o ranking que ele tem feito. Entre as conversas, um dos presentes conta uma piada. Algumas expressões que podem ser desconhecidas da maioria das pessoas são explicadas pelo apresentador.	neste contexto histórico”. DIOMAR: “Figura tradicional de Porto Nacional, conhecidíssimo, empresário e é um amigo também, companheiro de pescaria, e ele tem essa história interessante com essas araras”; DIOMAR: “Essa senhora também é história viva do Tocantins”. DIOMAR: “Esse papo informal, gente, essa brincadeira, é porque to no meio do povo que é minha família (...) é um programa especial o de hoje porque to aqui nas pessoas que começaram a me impulsionar nesse trabalho e hoje a gente devolve pro governador Marcelo Miranda a maior audiência do Estado, comprovado em pesquisa”.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Vinheta intervalo	‘’13		
3º bloco	17’’47	Inicia com imagens de casarão histórico. O apresentador passeia pelos móveis antigos e observa detalhes como fotografias. Imagens do apresentador e da sua equipe com música instrumental de fundo, em torno de 1 minuto e 36 segundo. Vinheta de 14 segundos anuncia novo quadro: “Hora da meninada”. A vinheta traz os tipos e apresenta imagens de Diomar brincando com crianças em várias situações. Volta para um galpão, o Centro de Cultura, onde acontece o ensaio da turma infantil e juvenil do projeto Tambores do Tocantins. Passagem: Diomar diz que a hora da meninada é de todos, é um trabalho sério, no que enfatiza a importância do projeto. O coordenador do projeto, iniciado em 1999, menciona que tem apoio de várias instituições locais e estrangeiras para resgatar e valorizar os ritmos musicais, sobretudo da percussão, e as artes populares presentes no Tocantins. Corta para imagens de apresentações culturais em palcos e a música Pra não dizer que não falei das flores ao fundo. Inicia-se mais uma matéria, sobre a Semana Cultural de Porto Nacional. Sonora com Everton dos Andes, coordenador deste evento de música e artes. As imagens alternam sonoras, plano conjunto do palco e a música Pra não dizer... interpretada por Zé Ramalho e fecha a matéria seguindo imediatamente para o próximo ponto a ser visitado: o aeroclube.	EVERTON: “É uma tradição do festival de Porto Nacional, trazer o que há de mais expressivo no sentido da composição da música alternativa”.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		Porto Nacional teve a marca, em 2004, de ser a cidade brasileira com maior número de pilotos de aviação proporcionalmente, um piloto para cada 253 habitantes. A música de fundo desta matéria é Pavão misterioso, de Ednardo. No aeroclube, Diomar entrevista o diretor e vice-diretor que falam sobre o funcionamento do clube, que mantém um curso mais barato que em outros lugares dopais e com qualidade reconhecida. Informam também que receberam dois novos aviões. Corte seco para a chegada da equipe ao museu de Porto Nacional. Plano geral, demorado, enquanto a equipe entra. Matéria curta, em que apenas aparecem imagens da visita de Diomar ao museu, com closes nos artefatos e documentos antigos expostos com música instrumental saudosista ao fundo. Corte para close do apresentador na chamada Casa do Licor. Diomar apresenta a dona, a quem pede para chamar de tia Nao, que prepara os licores. Ela apresenta os licores enquanto Diomar faz comentários.Agradece o licor de leite que ganhou, se despede e indica a loja para o público. No último ponto visitado, imagens mostram a praia do rio Porto Real. Em passagem, Diomar destaca a importância da praia, a beleza do lago e a nova estrutura construída (pela prefeitura) para atender aos turistas da temporada de praias, em julho. Agradece e nomeia os apoiadores ao governador do Estado. E correndo em direção ao rio encerra dizendo que vai tomar banho no lago.	DIOMAR: “Diz que a temporada de praias de Porto Nacional deste ano promete muito”. DIOMAR: “Bom, o programa ta finalizando. Não deu pra colocar os atrativos, dar o passeio de lancha aqui no lago. Mas a gente promete pra vocês que no mês de julho vamos voltar a Porto e vamos filmar a maravilha que vai ser as festas da temporada de praia de Porto Real (...) Olha que lugar bonito!”.

PROGRAMA 3

Programa: TOLERÂNCIA ZERO
Categoria: Informativo
Gênero: Jornalismo Policial
Formatos: Vivo/estúdio/Reportagens
Emissora: TV Atalaia
Estado: Sergipe
Rede: Record
Direção: Bareta
Produção/Direção: Lígia Gama
Data: 20/10/2006
Tempo total: 1h26'43'' (86min43seg)

Sinopse
Tolerância Zero é um programa de jornalismo popular exibido de segunda a sábado com quase duas horas de duração. É bastante diversificado, pois durante a programação percebe-se a mistura de humor, entrevistas, plantão policial, campanhas de solidariedade, interação com as audiências e muitos sorteios de prêmios e anúncios publicitários. As reportagens policiais, mostrando o drama de famílias vítimas da violência, e o atendimento à população são o carro-chefe do projeto. A escolha desse programa justifica-se por se caracterizar um gênero que mobiliza a comunidade, sobretudo dos segmentos C, D e E, com alto índice de audiência no Estado e detendo boa parte da publicidade da emissora. Pelo menos um programa de jornalismo popular local (policial ou comunitário) com essa abordagem foi verificado nas emissoras pesquisadas. Na região Nordeste, a freqüência do gênero apresenta-se consideravelmente em relação às demais regiões.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	**Duração**	**Estrutura e códigos audiovisuais**	**Fragmentos do texto verbal**
Vinheta de oferecimento do programa	0'11''	*Spots* publicitários	
Vinheta	0'05''	Cirene de polícia em *close up*	
Apresentação	2'04''	Planos de conjunto e americano, em geral, do apresentador, que agradece às audiências e apoiadores pelos 3 anos do programa.	BARETA: "Três anos de programa, é brincadeira, hein, rapaz! Num instante. Três anos, sucesso graças primeiro a Deus e a vocês, telespectadores,

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		- Sobrepõe texto com a marca do programa e o texto “Parabéns 3 anos”. - Bareta se dirige muito à equipe de produção, diálogos ouvidos pelo público, enquanto apresenta os quadros, sempre em pé, de terno completo e óculos escuros, movimentando-se em frente à câmera em geral parada. Uso de linguagem coloquial, bastante informal e com comentários de assuntos cotidianos entre os temas do programa. Entra VTs de chamadas de matérias, imagens diversas. Cenário: Um plano conjunto destaca um cenário composto por dois balcões, um à esquerda do vídeo com a marca do programa, outro menor à direita do vídeo que serve de vitrine de exposição dos produtos dos anunciantes, e marca do programa como plano de fundo. Chamadas das matérias, que não foram exibidas por problemas técnicos (aparecem imagens congeladas dos repórteres em off. Em suas falas, o apresentador sempre cumprimenta nominalmente a equipe com a utilização de brincadeiras feitas direcionadas aos “colegas”. Bareta sempre faz a cabeça, comentada, das matérias policiais, que são feitas pelos repórteres.	viu! Três anos, hein! Que bom, NE! Deus é tudo, é o Rei, negócio de rei Pelé... Rei é Deus, rapaz. Negócio de ‘é rainha, é rei’, que nada, rei é Deus. E depois que eu vi que aconteceu aquele negócio com a filha dele, agora é que acabou o reinado dele pra mim mesmo, enjoei!” BARETA: “Parabéns a todos, que não é só meu não, parabéns a vocês também, telespectadores. São 3 anos aqui na TV Atalaia, um programa do sergipano para o sergipano, né. Tão vendo aí a programação da TV Atalaia junto agora com a Record, quantas oportunidades, quantos profissionais estão chegando aqui pra trabalhar nessa televisão, hein! Que grandeza, quantos profissionais estão chegando aí, né! Opção pro comércio vender o seu produto. Não é só o Sul, não, rapaz, vendo o que vem do Sul. Parabéns a TV Atalaia, parabéns ao doutor Walter Franco, Augusto Franco Neto, a Gina, Seu Wilson, aos diretores em geral, aos pequenos funcionários, certo! Parabéns aí por me aturar e a vocês telespectadores, né!”
Cenário	57”	Imagens do cenário e apresentador que volta a fazer brincadeiras com a equipe, e fala sempre em tom de autoridade, como “quem manda aqui sou eu!”. Anuncia os sorteios do dia e outros, anuncia as marcas e como participar, no caso por meio de ligações telefônicas. Chama a abertura, após malsucedida entrada das chamadas (que chamam manchetes), e diz: “No ar,	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		Tolerância Zero".	
Vinheta de abertura	30''	Vinheta mostra cenas de grades de prisão, carros de polícia, enquanto um pandeiro percorre as cenas sobreposto no quadro.	MÚSICA TEMA: "Malandro pisou na bola/vacilou não tem lero lero/A cana é dura, *cumpade*/esse é caso sério/É caso sério, malandro Tolerância Zero // (se liga, meu irmão, tá pensando que penitenciária para malandro é hotel 5 estrelas?)/ Tolerância Zero. Tolerância Zero"
Cenário	2'37''	Apresentação das matérias. Bareta fala as chamadas sempre colocando interjeições e opiniões, dando dicas aos trabalhos de policiais e às pessoas. Comenta a primeira matéria sobre um homem de 62 anos, vítima de atropelamento, com quem foi encontrado maconha já no IML. A produção alerta para mais chamadas. Apresentador dá sinais de irritação e manda tocar de novo a vinheta de abertura. E diz: "No ar, Tolerância Zero. *Arreceba*!"	BARETA: "Cê sabe o que é que encontraram com seu Jorge? Maconha. Mais ou menos em torno de umas 200 gramas de maconha. É brincadeira!" BARETA: "Olha, aquele pedacinho ali do centro da cidade, eu vou avisar aos policiais aqui agora (...). Você fique de olho (...). Ali tem um banheiro público [risos]. Vou abrir pra vocês, que não é só pra fazer xixi [em tom de deboche]. Serve pra outras coisas. Fique de olho ali que os malaquias gostam de andar naquele pedacinho ali, oh!"
Vinheta de abertura	27''		
VT depoimento	52''	VT com depoimentos de delegados, em plano próximo, parabenizando o programa. O ultimo deixa a deixa "É com você, Bareta!", que é dita pelos repórteres do programa.	
Cenário	59''	Bareta agradece a equipe de delegados, lembra que tem orgulho de ser "polícia" e que o programa é líder de audiência no Brasil. Chamada para a matéria na delegacia plantonista e IML.	
Matéria/quadros fixos	1'39''	Passagem do repórter em frente ao IML, lê o boletim do Instituto [enquanto o repórter dá as notícias um homem mostra vasos com flores atrás dele]. Um efeito de edição faz o repórter sair do quadro, no	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		IML, pela direita, e entrar, na delegacia plantonista, pela esquerda do vídeo. Corta para a delegacia, o repórter abre: “Já na delegacia plantonista...”, e continua lendo o resumo dos boletins de ocorrência. Encerra com: “é com vc, Bareta!”. Corta para o cenário.	
Cenário	2’44’’	Bareta faz seus usuais comentário e conselhos. Sempre em tom de certo deboche e de pouca tolerância com os “malandros”. Produção insere charge do apresentador, que manda tirar do quadro. Produção alerta para link de depoimentos no IML. Corta para sonora.	BARETA: “O que tem de *malaquias*, o que tem de *fuleiro*, *fuleiro* tomando celular na tora, armado de três oitão, ta assim, ó*i*!”. BARETA: “Eu tenho certeza que tem muita lojinha aí comprando celular roubado”. BARETA: “O malandro até o jeito de pedalar é diferente. Arrocha, *baculejo* total!”. BARETA: “Jogue duro, lugar de *fuleiro* é na cadeia. E quem tiver com pena, leve pra sua casa”.
VT depoimentos	13’’	Plano de conjunto de grupos de funcionários do IML parabenizando o programa.	
Cenário	7’22’’	O apresentador agradece quem chama de “a turma do defunto”, sempre com muita familiaridade e proximidade. Anuncia o primeiro anunciante presente ao vivo no programa. Em geral, o representante do cliente anuncia seus produtos e roda VT da empresa. No balcão, produtos de outro patrocinador já expostos, um dos mais antigos do programa, cujo garoto propaganda é conhecido da população como “garoto do tchan” (era atração em loja do comércio local onde dançava). O apresentador também reforça a publicidade com comentários sobre os produtos, a empresa e seus representantes. São três anunciantes neste bloco.	BARETA: “Vá lá e se inscreva pra trabalhar na administração pública estadual, é importante. Não vai ser cancelado o concurso não, ta bom! O povo fala demais. Tem gente que fala demais. Vá fazer sua inscriçãozinha pra trabalhar, ta bom! Até o dia 30. Tem gente que fala mais do que ouve, isso é coisa de brasileiro mesmo, é mania.”

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		Segue mais uma chamada de notícia policial. Segue mais anúncios e chamadas de utilidade pública, como informes sobre um concurso em que havia dúvidas sobre seu cancelamento. Segue mais anúncio e o sorteio de um inalador e VT da farmácia. Apresentador chama matéria sobre taxista assaltado.	
Matéria	4’15’’	Imagens com plano detalhe das ataduras, entrevista com o taxista e a assaltante. Em geral, as perguntas aos acusados referem-se ao motivo de ter feito o crime e aos prejuízos causados, em tom de “sermão” e bem incisivos. Mostra a faca usada no crime e entrevista os policiais.	REPÓRTER JURANDIR ARAÚJO: “e agora, como vai ficar a situação do taxista que só tem o táxi para se sustentar, só sabe dirigir?” ACUSADA: “Eu não sei.” REPÓRTER JURANDIR ARAÚJO: “E você também nem quer saber, né!”
Cenário	4’53’’	No cenário, o apresentador comenta a notícia condenando a acusada e dá dicas aos taxistas para se evitarem assaltos. Anuncia novo anunciante. Após close-up nos produtos segue VT da loja. Segue mais um anunciante com garota propaganda ao vivo. Corta para spot publicitário gravado em um ponto da cidade com um palhaço que anuncia promoção do produto. Volta ao apresentador e corta imediatamente para vinheta do intervalo, entra horário político obrigatório.	BARETA: “Isso aí não é índia, não, é uma marginal”.
Vinheta de intervalo	3’’		
Cenário	49’’	Destaque para o apresentador que faz comentários e conversas informais sobre os colegas de trabalho. Comum em muitos momentos, pergunta a produção se o link do próximo VT está pronto.	BARETA: “*Furiba* aproveitou esse negócio de 20 minutos, foi comer um pirãozinho aqui, da Mãe Iaiá, certo. Mão Iaiá fez um pirãozinho lá.”
VT depoimentos	1’18’’	Repórter Adelson Barreto (que se elegeu vereador),	ADELSON BARRETO: “Com a existência do seu

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		presta depoimento com sonora em sua própria casa, onde se recupera de problemas de saúde, ao lado de uma pessoa que foi ajudada pelo programa. Enfatiza que "mesmo acamado" não poderia deixar de parabenizar Bareta e sobretudo o povo de Sergipe.	programa, nós não temos dúvida, quem ganha é o povo de Sergipe. Um programa que é assistido por a (*sic*) maioria esmagadora da população. Já obtivemos a informação, proporcionalmente, a maior audiência do país, de forma que eu fico muito satisfeito sobretudo por também integrar o seu programa. Um programa que leva informação e um programa que indubitavelmente tem ajudado muito a população carente de Sergipe (...) levando a alegria, informação e solidariedade".
Cenário	1'59''	Apresentador agradece a Adelson Barreto, diz ser o repórter o representante do povo sergipano, que é um povo humilde, que realmente assistem ao programa. Informa que vai liberar uma linha de fax para que os telespectadores se comuniquem melhor com o programa [atualmente, o *Tolerância Zero* já dispõe de endereço eletrônico na internet]. Anuncia a próxima matéria.	
Matéria	42''	Matéria mais informativa sobre um homem de 62 anos, morto por atropelamento, que, coincidentemente, carregava maconha no bolso.	
Cenário	1'37''	Enquanto o apresentador faz comentários sobre o caso, intercala-se imagens da matéria. Corta para comercial.	
Vinheta de intervalo	6''		
VT depoimentos	1'10''	Entra mais uma sonora com depoimentos de parabéns por autoridades policiais e profissionais da TV Atalaia, cujo slogan é A TV dos sergipanos.	
Cenário	34''	O apresentador agradece, brinca que "todos estão faturando". Faz mais uma reclamação de que a equipe não está informando a ele sobre os quadros. Corta para	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		depoimentos.	
VT depoimentos	48''	Diretoria da emissora enfatiza o sucesso do programa.	
Cenário	6'40''	Apresentador comenta os depoimentos. Faz um discurso de 2min e 1 segundo defendendo a regionalização da televisão e o aumento da programação local e dos anunciantes locais. Mais 2 anunciantes ao vivo, com VT publicitários. Sorteios. Os anunciantes destacam os 3 anos do programa. Fecha com VT publicitário.	BARETA: "To muito satisfeito aqui (...) E tenho dito aqui a eles, aos donos, que a estrela aqui não é Bareta, é a TV Atalaia, é o povo. Essa televisão é do povo, é a TV dos sergipanos. É a TV que tem aberto pra todos os profissionais nesta área alguma oportunidade e vai abrir muito mais ainda, porque eu acredito na regionalização da televisão sergipana. Eu acredito. Se eu fosse um político eu batia nem cima disso, em regionalizar as programações dando mais oportunidade aos profissionais locais. Isso é muito importante. Sabemos que nós temos, claro, as afiliadas, aí, temos a cabeça-de-rede, mas nós precisamos sobreviver com as nossas tradições locais. Nós temos hoje clientes como Cargil que daqui a pouco vai falar, e outros aqui, não é, são mais de 30 clientes, que sustentam a televisão. Dá pra sustentar, é só ter boa programação. Eu acredito na regionalização das televisões de cada Estado. Esse negócio de ficar mandando do Sul pra cá, porque o Sul não recebe do Nordeste? Por que só o Nordeste tem que receber do Sul? Então vamos dividir este país. Então, se é só pra eu receber, então que história é essa, só os profissionais de lá têm esse valor e os daqui não têm. Então vamos acabar com isso. A faculdade ta aí formando 150, 200 profissionais todo ano e ninguém tem chance, fica todo mundo em casa aí, com o diploma de jornalismo no bolso, lá guardado; ou passeando aqui deixando currículo: "oi meu currículo aqui!". Então, *vamo* acabar, lutem, se juntem a mim. Vamo lutar

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			para que as televisões neste Estado tenha programações locais, programações locais para dar oportunidade a todos, ta bom. Porque nós temos capacidade de dar boas audiências e vender o produto que o cliente quer". Anunciante 199: Mas importante é parabenizar por 3 anos de sucesso do programa TZ. E os anunciantes também têm feito sucesso. Então, se você quer anunciar e ter sucesso no programa TZ você vem. A Um99 tem crescido cada dia mais devido ao programa".
Cenário	7'52''	Após spot publicitário, Bareta traz ao programa uma moça que busca por sua família da qual foi afastada quando era criança. Apela para as emoções das pessoas com ênfase aos laços familiares e as dificuldades enfrentadas pela moça. Planos de conjunto dos dois e próximo da moça. Comenta que a moça é branquinha, embora seja morena. Segue com discurso sobre a exploração de crianças no interior do Nordeste. Chamada de matéria para a qual usa seu jargão: "cana dura nele. Mostra aí!"	BARETA: "Tai, a fisionomia dela, branquinha". BARETA: "Ela disse que foi sequestrada por uma família. Isso aí acontece nessas regiões aí do Sertão. Essa história de dizer: "ah, bote sua filha pra ir trabalhar comigo na minha casa, eu vou criar ela, lá no interior". Cuidado com essa história (...) O povo é muito ingênuo, do interior (...) Não, "leve ela"; "Maria, mamãe depois vai lhe ver, minha filha. Ó, depois você me dá o endereço". Oh, chegar aqui, manda as bichinha ir embora e tem delas que se prostituem (...) e às vezes é até usada pelos patrões (...) Se a senhora quer filhos pra botar pra trabalhar vai parir um".
Matéria	2'30''	Matéria sobre roubo de moto em cidade do interior. Depoimentos do acusado e sempre o questionamento sobre os motivos dos delitos e rebatendo as respostas evasivas dos acusados.	REPÓRTER JURANDIR ARAÚJO: "Então, você sabia que a moto tinha algum problema".
Cenário	9'28	Após comentários das matérias, o apresentador manda abraços, nominalmente, a algumas pessoas e cita aniversários, lembrando o estilo do rádio. Mais cenas cômicas no cenário.	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		Seguem anunciantes ao vivo. Apresentação dos produtos no estúdio. Roda VT. Intercala cumprimentos ao público e anúncios. Somam-se neste bloco 5 anunciantes. Quando apresenta algum produto, em geral relaciona às rotinas e às realidades locais. Por exemplo, ao falar do cuscuz Coringa indica que pode ser encontrado nos supermercados dos bairros e ainda diz sua própria forma de fazer cuscuz, como se fosse milho da fazenda.	
VT depoimentos	13''	Depoimento de um delegado que fala sobre o programa respeitar as pessoas	
Cenário	44''	Bareta agradece ao delegado e retribui com elogios à sua competência.	
VT depoimentos	10''	Plano conjunto de funcionários da Secretaria de Segurança Pública do Estado (SSP) que parabenizam o programa.	
Cenário	54''	Retorna agradecendo os elogios e diz que gosta da rua, de prender. Corta para mais depoimentos.	BARETA: "Eu não gosto de cabra sem-vergonha, safado (...) Eu respeito homem de bem (...) *fuleiro* a cana tem que ser dura".
VT depoimento/Cenário	2'04''	Um travesti, em plano próximo, manda um beijo para o apresentador. Enquanto Bareta ressalta que não discrimina ninguém, a cena entra em quadro algumas vezes. Seguem brincadeiras no estúdio, entra imagem congelada da próxima matéria com o repórter no quadro, ao que Bareta comenta: "aqui só tem povo feio". Corta para a matéria.	
Matéria	2'45''	Matéria sobre prisão no interior do Estado de um pai que atirou em alguns rapazes que soltaram cachorros perto de sua filha. O homem contou sua versão da história, mas o repórter foi mais tolerante, pois aparentemente tratava-se de um homem	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		simples e trabalhador que foi defender sua filha.	
Cenário	13’04’’	Bareta comenta que é preciso investigar o caso por se tratar de um pai defendendo sua filha. Novo anunciante ao vivo que também faz comentários e agradece ao Bareta. Roda VT de anunciantes e anuncia sorteios dos brindes do dia. Neste bloco, somam-se 6 anunciantes, intercala com brincadeiras com a equipe. Corta para depoimento.	BARETA: “Todos têm direito à defesa e ele principalmente (...) Eu não conheço pai, eu não conheço autoridade que suporte”. “Alguém faça alguma coisa por ele, que a gente ta vendo que é um pai de família, que tem uma arma, deve ser uma garrucha velha (...) e o cachorro (...) vamo analisar direitinho o caso, vamo fazer injustiça não, tá bom!” ANUNCIANTE SUPERMERCADO REGINA: “Vocês para mim aqui é uma família (...) Esse tempo que eu to aqui com vocês pra mim eu me sinto em casa.’
VT depoimento	50’’	Depoimento do repórter do programa Jurandir Araújo, um deputado estadual e do cinegrafista do programa.	
Cenário/Vinheta do programa e VT de patrocinadores.	7’14’’	Apresentador divulga os sorteios em andamento, dos quais para participar basta fazer ligação de telefone. Faz o sorteio do dia, pede ao público para ligar para o programa, pois quem for atendido pela produção deverá escolher o sorteado dentre os nomes na lista formada por quem ligou para participar do sorteio. Finalizando o programa, segue plano de conjunto no balcão menor onde está um bolo de aniversário. Close no bolo com a vela. Encerra o programa com agradecimentos, cortando e distribuindo o bolo. Visitantes e anunciantes estão também no quadro. Créditos e trilha de encerramento no ritmo de forró.	

PROGRAMA 4

Programa:FORA DO EIXO
Categoria: Entretenimento
Gênero: Esportivo
Formatos: Reportagens
Emissora: Globo Nordeste
Estado: Pernambuco
Rede: Globo
Apresentação: Juliana Maggi
Data: 12/08/2009
Tempo total: +- 20 minutos e 12 segundos

Sinopse
O programa trabalha temáticas ligadas ao esporte, possui um formato de reportagens que são produzidas por outras praças afiliadas à Rede Globo, enviadas e divulgadas pela TV Globo/Recife. *Fora do Eixo* é exibido quinzenalmente na emissora, além de ser veiculado no canal por assinatura Sport TV. (Em 2009, tem sido exibido mensalmente na TV aberta). Busca sempre histórias e personagens diferentes e peculiares, ligados às mais diversas atividades esportivas. O programa também inova no formato e modos de produção, ao articular-se com outras regiões do país.
Em geral, o formato segue: A apresentação do programa e da matéria pela emissora, a exibição da reportagem produzida pela emissora parceira. E assim até as nove matérias exibidas geralmente. A cabeça das matérias, a edição e apresentação são feitas pela equipe da Globo Nordeste. Há algumas participações feitas pela apresentadora, como uma visita que fez ao projeto Cozinha Brasil, do SESI.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	**Duração**	**Estrutura e códigos audiovisuais**	**Fragmentos do texto verbal**
Abertura/chamadas	?	Chamada das matérias, ao ar livre e em tom descontraído. Esta edição do programa foi filmada na Ilha de Itamaracá.	
Vinheta de abertura	‘’4		
Cabeça Primeira matéria	‘’20	A apresentadora entra em quadro sempre de modo descontraído, comentando a matéria seguinte mas sempre fazendo relações com as demais.	APRESENTADORA: “Já deu pra perceber aqui que o vento tá forte em Itamaracá. Forte também é o preconceito contra quem pratica bocha. Dizem que é

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		A câmera está sempre em movimento. A apresentadora geralmente sai do quadro pelo lado esquerdo do vídeo, em efeitos de sobreposição de imagens, ou de câmera acelerada, com som descritivo de aceleração, que dá a idéia de uma viagem, um teletransporte, abrindo para a matéria gravada de alguma cidade do país.	esporte de velho, esporte só de homem. Em Cuiabá tem uma mulherada querendo mudar essa história".
Primeira Matéria – Bocha no Mato Grosso	1''19	Reportagem de Edevaldo Nascimento, TV Morena/MT. Imagens em plano conjunto de jogadores em um salão de bocha, close nas mulheres jogando e plano detalhe da bola deslizando a pista. Segue sequencia de sonoras com as mulheres, de um jogador e do instrutor, e passagem do repórter intercaladas a imagens do jogo e do local do treino.	REPÓRTER em off: "A concha se transforma quando elas começam o treino. Sílvia, Rafaela e Jose, mãe e filhas são as únicas representantes femininas da seleção de Bocha de Campo Grande". SONORA MÃE: "Meu sonho era um dia jogar com minhas filhas e agora esse momento chegou". REPÓRTER: "O esporte em família surgiu dos incentivos da mãe, que sempre levava as meninas aos jogos". REPÓRTER em off: "No esporte em que eles são a maioria, elas não ficam pra trás. Como não há mulheres para treinar na capital sempre rola um desafio com os homens. Não pense que eles ganham fácil. O treino é equilibrado, disputadíssimo nos dois lados. Prova de que as mulheres estão ganhando cada vez mais espaço". SONORA praticante homem: "Elas tão treinando bem, e elas têm vontade de vencer os homens. Um dia quem sabe elas podem chegar lá". SONORA PROFESSOR: "Elas são atletas que já estão num alto nível e passaram bastante experiência pra gente". PASSAGEM: "O desafio dessa família é conseguir novos participantes já que a bocha ainda é comandada pelos homens aqui no Estado. E olha que pra isso elas estão dispostas até a ensinar

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			outras mulheres". SONORA MÃE SÍLVIA ECHEVERRA: "Nós começaremos as escolinhas pra criança, pra adultos, pra terceira idade, vamos trabalhar com deficientes também, vai ser aberto pras pessoas em geral".
Cabeça segunda matéria	''10	Apresentadora entra no quadro em plano próximo.	APRESENTADORA: "No Maranhão, a combinação é surfe com pororoca. Altas ondas, quer dizer, l*ooo*ngas ondas".
Segunda matéria – Surfe na pororoca no Maranhão	1''19	Reportagem de Waldélia Reis –Rede Mirante/MA. Matéria inicia em off em que a repórter narra a saída e os obstáculos do grupo para chegar ao local da competição de surfe na pororoca, encontro das águas de rio com o mar. Planos conjunto, panorâmicas e detalhes mostram o grupo, do percurso, dos pneus dos carros atolados, da preparação das pranchas, e depois as imagens em plano geral dos surfistas no rio. Intercala-se sonoras e informações sobre o campeonato. O tom é de aventura e desafio sempre destacando a disposição e coragem e o espírito esportivo dos participantes.	SONORA COMPETIDOR: "É radical desde o começo, né/ Ce viu aí a situação como é que tá pra gente passar, é quase um metro, a água no meio". REPÓRTER em off: "Estrada vencida, é hora de enfrentar outro desafio. Desta vez, as águas nervosas do Rio Mearim". REPÓRTER em off: "Mesmo cheio, o rio não decepcionou. A pororoca veio com força, garantindo excelentes manobras. Foram quase duas horas de muita adrenalina".
Cabeça terceira matéria	''17	Plano geral da apresentadora. Destaque para a inserção de infográfico com a localização da cidade de Porto Nacional.	APRESENTADORA: "Do Maranhão, a gente segue para o Tocantins, cidade de Porto Nacional. Olha aí no mapa, fica a 69km da capital, Palmas. Lá em Porto Nacional a gente vai conhecer um cara que é batalhador, batalha mesmo...pela canoagem".
Terceira matéria – canoagem no Tocantins	3''09	Reportagem de Leandro Souza – Porto Nacional/TO. Imagens panorâmicas da cidade enquanto o repórter em off introduz a matéria destacando aspectos da cidade e narra a rotina do personagem principal.	REPÓRTER em off: "Cidade de ruas estreitas e prédios históricos. É aqui que há quase um ano Wellington veio morar. Com 51 anos e pinta de atleta o sargento aposentado da Força Aérea Brasileira sai de casa todos os dias e percorre cerca de 50 quilômetros de bicicleta. Pelas ruas da cidade

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			lá vai ele. A primeira parada é numa farmácia, é aqui que ela pega o suplemento alimentar. Mais um pouco de pedalada e outra paradinha. Desta vez é nesta loja de tintas. Mas pera aí. O que isso tem a ver com a história de Wellington?”
		As imagens voltam em câmera acelerada e mostram os diálogos entre Wellington e os proprietários da farmácia e da casa de tintas. Tratam-se de doações, de apoio para os atletas da canoagem em Porto Nacional.	SONORA WELLINGTON JOSÉ AIRES COSTA: “Tudo vale a pena quando a gente pensa no social, não é!Porto Nacional é uma cidade carente, muito carente. O que nós fazemos na Associação de Canoagem de Porto Nacional é exatamente isso, preparar o atleta e o cidadão”.
		Seguem imagens do galpão e da loja onde estão os barcos. O repórter narra o dia a dia dos atletas, a rotina de treinos e destaca e esforço coletivo e voluntário e empresários para sustentar o projeto.	SONORA DONO DO GALPÃO: “Guardo os barcos deles aqui, sem cobrar nada, dou apoio, deixo na água pra eles, recolho. Então, no que pode a gente ta ajudando ele”.
		Seguem passagem e sonoras dos atletas e treinadores, destacando o esforço dos atletas, a importância do preparo físico e a competência do treinador.	REPÓRTER em off: “Com a ajuda da comunidade, a associação vai ganhando forças. Cerca de 15 atletas, entre 12 e 22 anos fazem parte do mais novo grupo de canoagem da cidade, até uma academia eles conseguiram para treinar”.
		Os planos gerais são intercalados com planos detalhes e planos próximos. Os detalhes enfatizam os movimentos dos braços na canoagem e parte do barco deslizando no rio.	SONORA INSTRUTOR DA ACADEMIA: “A gente tá conseguindo passar o melhor treino pra eles, né, pra ajudar no desempenho deles durantes suas apresentações da canoagem”.SONORA treinador:
			SONORA TREINADOR: “Tamo dando o sangue mesmo, o trabalho ta sendo bem desempenhado aqui, com poucas coisas que nós temos, mas nós tamo conseguindo com pouco mesmo, nós tamo indo longe”.
		A matéria fecha com os atletas treinando no rio, tomadas sucessivas de planos detalhe e de conjunto e uma panorâmica do por do sol sobre o rio, em tom de tranquilidade e também de persistência.	REPÓRTER em off: “E da pacata Porto Nacional, esses meninos vão remando em busca de um sonho: o de ser campeão”.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Cabeça da quarta matéria	´´04		APRESENTADORA: “Centro oeste de Minas, nossa aventura agora é voar”.
Quarta matéria – paraglider em Minas Gerais	2´´23	Reportagem de Elton Novais – Globo Minas Trilha sonora agitada, signos que remetem aos esportes radicais. A matéria inicia-se com imagens em super plano geral sobre a qual narra o repórter. Sucedem planos conjuntos e sonoras que destacam o compromisso de um esporte que tem tudo a ver com o meio ambiente. As imagens buscam “confundir” a prática do esporte com vôos de pássaros, enfatizando sua proximidade com a natureza. Seguem imagens do público que assiste do chão. Os vôos e as paisagens vistas do alto são narradas pelo repórter em tom de espetáculo. Passagem: plano conjunto do repórter com o instrutor, já vestido e com os equipamentos de segurança para realizar o vôo. Sonora com o instrutor, que alerta para a checagem de todos os itens. O repórter leva consigo uma câmera cujas imagens são exibidas enquanto narra as sensações sentidas a 420 metros de altura. Ao pousar, fecha a matéria em passagem.	REPÓRTER em off: “Vista privilegiada, morro do Cruzeiro, em Pimenta, uma área cercada de paredões, ponto de encontro para a galera do paraglider. Mas antes de ir para o alto eles recebem uma missão: espalhar sementes de árvores nativas pelas áreas sobrevoadas”. SONORA PILOTO: “Vôo livre é um esporte que tem tudo a ver com a natureza e receber uma missão dessa, poder participar contribuindo com o meio ambiente, contribuindo com o reflorestamento, com recuperar as matas nativas da região pra gente é uma grande honra”. REPÓRTER em off: “Olhares para o alto, o céu vai ganhando colorido. Otávio tem 50 anos, há um ano e três meses se diverte no esporte e pelas suas contas tem mais ... 20 anos de vôo”. PASSAGEM: “Então, numa reportagem como esta eu não poderia ficar de fora, então eu vou voar de paraglider. E quem vem me acompanhar é o Leonardo Branco. Muito seguro, tudo tranqüilo?” PASSAGEM: Uma experiência fantástica que recomendo. Quem tiver coragem e oportunidade pode participar que o paraglider é adrenalina pura”.
Cabeça da quinta matéria	´´11		APRESENTADORA: “Agora um papo sério. Papo sério mas já com um final feliz. Um jovem de um dos bairros mais pobres de Porto Alegre descobriu no esporte uma maneira de melhorar de vida”.
Quinta matéria –	4´´20	Reportagem de Karine Alves – RBS/RS	REPÓRTER em off: “A região abriga mais de 80 mil

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
atletismo no Rio Grande do Sul		A matéria inicia com imagens em grande plano geral do bairro em que a repórter procura a casa do atleta que vai entrevistar. Destaque para o sotaque da repórter, bastante característico da sua região. Ênfase na curiosidade das crianças do bairro, sonoras com as crianças para quem pergunta sobre Ioran.	moradores. Entre eles tem um bem conhecido pelos vizinhos".
		Imagens da repórter no quadro, procurando a casa do atleta, logo é informada. Encontra a casa, de maneira casual inicia uma conversa relatando que todos no bairro conhecem Ioran. Mãe e filho mostram a casa, os ambientes, os troféus do filho.	REPÓRTER em off: "Com a mãe e a irmã mora numa pequena casa construída por eles mesmos. O terreno foi cedido por amigos da família".
		Trilha sonora baixa e calma. Ioran e a mãe são pessoas simples, apresentam dificuldade para se expressar.	SONORA MÃE: "Cada medalha não tem nada que pague, é uma emoção forte".
		Com tom familiar, conversam sobre as dificuldades enfrentadas para manter o filho no treino e que o maior sonho é vê-lo nas olimpíadas. Destacam valores sociais e afetivos. Descrição da rotina do filho com imagens do filho saindo de casa e de seu treino na pista de corrida.	REPÓRTER em off: "A casa onde moram ainda está inacabada, precisa de muitos reparos.Mas dentro dela tem algo importante para a família sobreviver: a união".
		A repórter entra e sai do quadro, fazendo uma passagem em que narra a recompensa pelo esforço da família.	PASSAGEM: "O segredo para superar as dificuldades na vida ele encontrou na pista de atletismo. Para superar todos os obstáculos é preciso ter força e resistência".
		Em plano conjunto e sequencia conversa com Ioran e o técnico de atletismo, Leonardo Ribas sobre os treinos.	SONORA TÉCNICO: "A gente pode até traçar um paralelo parecido com o dos quenianos, né. Os quenianos começam indo pra escola [???] correndo 2, 3, 4, 5 km, às vezes 10 km pra ir.E ele já fazia isso".
		Com imagens de Ioran correndo, e sua afirmação "correndo atrás do sonho", a matéria encerra com imagens alternadas da casa e do atleta na pista.	REPÓRTER em off: "Assim, a velocidade vence o tempo e as conquistas vêm cedo. Dias melhores também".

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			SONORA IORAN: “Esse é o caminho que eu quero trilhar, caminho da vitória”.
Cabeça sexta matéria	´´21	Imagens externas da apresentadora com música instrumental no ritmo de forró.	APRESENTADORA: “Dá pra imaginar quantos campeonatos de futebol tem pelo país. Difícil, hein! Se você juntar aí futsal, futebol *society*, futebol de campo. Campeonato pra caramba. Aí você acompanhou um desses muitos campeonatos em Campo Grande. Eduardo Almeida e Alexandre Cabral encontraram personagens bem interessantes”.
Sexta matéria – Campeonato de futebol amador em Mato Grosso do Sul.	1´´56	Reportagem Alexandre Cabral – TV Centro América/MS Em off e em tom de suspense, com a narrativa aparente de um jogo de futebol profissional. As imagens são de um jogo de futebol, repórter enfatiza que o futebol amador está mais organizado e profissionalizado, exemplo do Campeonato de futebol [Sete] em Campo Grande. O repórter passa a nominar os jogadores. O tom é de suspense, dando um ar de seriedade ao jogo, mas também muito descontraído e bem humorado. O repórter enfatiza que esta modalidade de futebol dá mais oportunidades, está crescendo muito no Brasil, mas é preciso mais investimentos pois os recursos vêm dos próprios participantes. Seguem sonoras de técnicos e responsáveis.	REPÓRTER em off: “Chega de anonimato. Aqui é o 15 de novembro, de azul, contra o União Tiradentes, de vermelho. Jovens formados nas escolinhas [???]. Olha só o banco do 15: Ronaldo, Jorge tadeu, Alex, Luis Fernando, Felipe, Wesley, Tarlei. Do outro lado, no banco do União Tiradentes, só o goleiro”. PASSAGEM: “Aqui não tem time forte, time grande, time de tradição. O que vale é jogar bem dentro do campo. E fazer gols. Oh, não tem cara feia não, viu!”. REPÓRTER em off: “E a meninada? Retribui: joga sério, faz gols, belos gols!”.
Sétima matéria – Vôlei no Mato Grosso		[Não foi possível analisar a matéria devido a problemas no suporte]	TÍTULO E SUBTÍTULO: No Mato Grosso, vôlei é coisa de família. O campeonato agora é de vôlei. Mas não no Mato

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			Grosso do Sul, no Mato Grosso.
Cabeça Oitava matéria	´´14		APRESENTADORA: “O vento, ta vendo aqui, segue firme e forte em Itamaracá. E o Fora do Eixo também. Agora, você sempre teve a vontade de saber como é que é estar num rali? A gente também. Só que Alessandra Stéfani acabou levando super a sério essa história”.
Oitava matéria – Rali em São Paulo	3´´39	Reportagem de Alessandra Stéfani Início da matéria com narração em off, closes, planos detalhe dos carros e motores, cortes rápidos aliado a trilha sonora de rock. A narração enfatiza as trilhas arriscadas, a preocupação com a segurança e a obstinação dos pilotos. Segue sonora com o mecânico que explica os procedimentos para montar o carro. A repórter destaca que foi essencial para proteger a dupla de pilotos em um acidente no último rali dos Sertões. A repórter se prepara para ter a experiência de um rali, mostra a preparação da repórter, que demonstra medo e nervosismo. Segue a viagem na estrada, que para a repórter é muito agitada e perigosa, mas de acordo como piloto, para um competidor, é uma pista tranqüila, como um asfalto. A repórter leva uma câmera portátil cujas imagens são exibidas, trazendo um maior envolvimento do público com a experiência.	PASSAGEM: “Quem dá tranqüilidade ao piloto, se é que no rali se pode falar em tranqüilidade, é o navegador, que tem que ter olhos de águia”. SONORA NAVEGADOR: “Fico orientando onde que tem cada curva, lombada, depressão”. REPÓRTER em off: “Mas a dupla só embarca nessa viagem depois de uma inspeção rigorosa do Marcos. O mecânico levou dois meses pra deixar o carro pronto pra pegar a estrada”. PASSAGEM: “Para se ter uma idéia do que essa dupla sente quando está numa competição a gente resolveu dar uma volta junto com o Carlos dentro de veículo q eu eles usam no rali. Eu?! Vou gravar tudo. Vamos ver no que vai dar”.
Cabeça da nona matéria	´´12		APRESENTADORA: “Agora é a vez do MMA, uma mistura de muitas artes marciais. Cês acham que é isso muito violento, será? Fabiano Góis conversou

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			com nossa equipe em Cuiabá e disse que não é bem assim, não!".
Nona matéria – Luta livre em Mato Grosso	1´´38	Reportagem de – TV Morena/MT. Tomadas em plano americano e de conjunto de lutas. Repórter narra a preocupação da família quando o atleta, Fabiano Góis, começou a praticar artes marciais. Entra sonora com a mãe de Fabiano. A matéria traz som ambiente muita música alta, o que atrapalha no entendimento dos textos. Em off, a repórter narra as dificuldades que a família, pobre, teve na vida. A mãe trabalhou como bóia-fria, Fabiano passou por duas cirurgias devido a um problema respiratório. Segue narrando que mesmo com estes problemas, Fabiano foi praticar o MMA, novo nome do Vale Tudo. Fabiano explica que agora há mais técnica e novas regras. Sonoras de Fabiano e da mãe. Segue novo quadro com imagens de Fabiano na igreja, mostrando sua compenetração e fé. A matéria encerra-se com cenas de lutas do atleta.	SONORA MÃE: Eu tinha muito medo, porque eu achava que era pra machucar as pessoas e que ele ia ficar também agressivo. Mas foi o contrário. Ele mudou e aprendeu até a disciplina, aprendeu até a como conversar com a gente e responder, o tom da voz. Tudo foi mudando. E agora eu vi a diferença". REPÓRTER em off: "Pra chegar bem à luta, além dos treinamentos, Fabiano busca equilíbrio espiritual, na igreja". SONORA FABIANO: "Sempre que eu tenho um tempinho e posso vir ao culto eu to aqui".

PROGRAMA 5

Programa: Frutos da Terra
Categoria: Entretenimento
Gênero: Musical
Formatos: Musical/Entrevistas
Emissora: TV Anhanguera
Estado: Goiás
Rede: Globo
Direção:
Produção:
Data: 23/09/2009
Tempo total: 32 minutos e 03 segundos

Sinopse
Programa tipicamente regional, com foco na cultura goiana, mostra as tradições do Estado, como as festas, a culinária, o artesanato e a música regional com toques de humor de dois artistas goianos, Nilton Pinto e Tom Carvalho. Apresentado por Hamilton Carneiro, todos os sábados, o *Frutos da Terra* estreou na TV Anhangüera em 7 de julho de 1983. Além de mostrar os artistas da música e do humor da região, também recebem pessoas reconhecidas no cenário artístico nacional em geral ligadas à cultura popular. O programa é geralmente apresentado em um cenário próprio mas pode ser feito em outros ambientes externos ao estúdio, como museus.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Abertura	´´33	Plano próximo no apresentador, que recita um verso sobre os sabores da infância, se referindo a comidas conhecidas do interior do Brasil, como milho assado, torresmo e doce de leite. Muda câmera e faz se cumprimento habitual após convidar o público a participar do programa mandando recados e versos que poderão ser lidos na abertura.	HAMILTON CARNEIRO versos: “Tem sabores da nossa infância que nos enchem de saudade/Milho assado, [???] só de lembrar ,e dá saudade/Torresminho com mandioca, comida de majestade/Biscoito de forno de barro e a gostosa [???]/doce de leite que a mãe fazia nem discuto a qualidade/A gente rapava o tacho e comia sem piedade”. HAMILTON CARNEIRO: “Meu bom dia a você que nos acompanha em Goiás, no Tocantins, no Pará,

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			no Maranhão, No Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Minas Gerais".
Vinheta abertura	´´52	O clipe de abertura alterna imagens de pomares e moças provando as frutas tiradas da árvore com imagens de artistas e humoristas que já passaram pelo programa. As imagens em geral acompanham a letra da música de abertura. O clip termina com a ampliação de um cesto cheio de instrumentos musicais, marca do programa.	Tema de abertura: "Periquito ta roendo o coco da guariroba/ chuvinha de novembro amadurece a gabiroba/Passarinho voa aos bandos em cima do pé de manga/No cerrado é só açaí, encher as mãos de pitanga/Tem o [?] lá no mato, no brejinho tem ingá/No campo tem [?], murici e araçá/Tem os pés de marmelada, depois que passa a pinguela/subindo pro cerradinho, mangaba e [?]/Cajuzinho quem quiser é só ir buscar na serra/E não tem nada mais doce que o araçá desta terra/Manga, mangaba, jatobá, bacupari, gravatá e aticum, olha o tempo do pequi".
Quadro 1 – Primeiro convidado	4´´17	Após o clip de abertura, o apresentador entra em quadro no cenário interno, que lembra uma casa típica do interior, com móveis em madeira, portas e janelas com vistas para flores e árvores e decoração rústica. Hamilton Carneiro cumprimenta o primeiro convidado, a cantora Elisa Canuto. Os planos alternam do próximo ao de conjunto e efeitos de zoom. Segue conversas bem informais sobre o trabalho da cantora, pergunta se o cd tem alguma coisa que lembra Goiânia e conversam sobre amigos em comum. Conversam um minuto e 9 segundos e inicia a apresentação da cantora ao vivo cantando a música Caminho das águas, de Rodrigo Maranhão. Após a música, o apresentador questiona sobre o tema da semana, o que significa travalínguas, entra VT de pessoas nas ruas respondendo a pergunta. Seis pessoas são entrevistadas e um escritor	HAMILTON CARNEIRO: "Pois é, o Bororó casou, mudou, né! É uma maneira de dizer, mas sumiu...." HAMILTON CARNEIRO: "Pois bem, Elisa, o que significa travalíngua, você sabe?"

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		responde e conclui com um exemplo.	
Quadro 2 - externa	2´´32	Matéria gravada na Associação Cultural e Artística de Anápolis que está em comemoração. No galpão, planos gerais, de conjunto e próximo mostram grupos folclóricos e destacam o presidente da associação e o apresentador. Após os cumprimentos, o apresentador fala sobre as ações desenvolvidas na Associação e pergunta ao Seu Minino se ele sabe o que é travalíngua. O palhaço passa então a narrar uma parlenda. O quadro fecha com manifestações artísticas.	HAMILTON CARNEIRO: "Hoje é festa aqui na Associação Cultural e Artística de Anápolis e o seu presidente Washington, incorporado no palhaço Seu Minino, está aqui. Bom dia, Seu Minino! Ta festejando hoje?" SEU MININO: "Celebrando a vida." HAMILTON CARNEIRO: "Celebrando a vida que é a melhor comemoração que podemos fazer, né!"
Vinheta de intervalo	´´13	Sai com a marca em zoom do lado esquerdo do vídeo e volta com o cesto do lado direito do vídeo.	
Cenário – Segundo convidado	6´´11	Close médio para Hamilton Carneiro que apresenta mais um convidado, o cantor Gustavo Veiga. Em quadro conversam informalmente sobre música em relação à outra atividade do cantor, a arquitetura. Em movimentos de câmera alternados do close médio para plano de conjunto, falam ainda sobre a pirataria de CDs e DVDs no Centro Oeste, com a observação que muitas vezes ela serve para a divulgação do artista. Segue com a apresentação do cantor.	GUSTAVO VEIGA: "Agora, música, Hamilton, é um espírito puro, porque quando você faz ela se torna, realmente, ninguém consegue destrui-la".
Cenário - Quadro de humor Mauri e Xexéu	2´´27	Ao fim da música, corta para o apresentador que anuncia o próximo quadro do programa, a participação de dois músicos que parodiam músicas conhecidas. Os músicos-humoristas Mauri e Xexéu entram em quadro já no cenário. Hamilton Carneiro pergunta que música eles escolheram para estragar. Os dois humoristas, vestidos de caipiras, explicam que vão sair do problema abordado na música Sobradinho, de Sá e Guarabira, para discutir os problemas urbanos, como o transporte público. A	HAMILTON CARNEIRO: "E apesar de Gustavo falar que música não tem jeito de estragar o projeto, tem dois capiaus aqui que só sabem estragar a música dos outros". Refrão da versão parodiada da música Sobradinho: "Ah, vamos rezar. Ah, Deus vai ajudar".

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		versão da dupla fala do sufoco diário de andar nos ônibus urbanos lotados e atrasados e que os políticos precisam resolver a situação.	
Vinheta de intervalo	´´23		
Cenário – Terceiro convidado	4´´47	O apresentador anuncia a dupla de música sertaneja Goiano e Paranaense e faz elogios. Hamilton Carneiro pergunta sobre o nome da dupla, como a dupla foi formada e sobre projetos. Em seguida, cantam a música Sou caboco e sou feliz, que trata da família como ninho de simplicidade para o homem da roça, e sobre seus hábitos simples e do contato com a natureza.	HAMILTON CARNEIRO: “Uma dupla que se tornou consagrada no país não só pela bela voz, mas também pelo repertório excelente que sempre cultivam”. HAMILTON CARNEIRO: “Primeira coisa que quero perguntar é se Goiano e Paranaense é uma identificação com os Estados que vocês nasceram”. GOIANO: “Com certeza, eu sou goiano do município de Abadia (...) Estou em São Paulo já a longa data mas o coração aqui é o estadão do Goiás”.
Cenário - Quadro de humor Nilton Pinto e Tom Carvalho	2´´42	Sentados, no quadro o apresentador e os humoristas Nilton Pinto e Tom Carvalho, sempre começam contando causos e histórias de cenas cotidianas e geralmente com referência ao campo, tendo Hamilton Carneiro como mediador. Destaque para os sotaques caipiras, botinas chapéu e camisa xadrez, e uso de expressões locais, como é comum na própria fala do apresentador em menor proporção durante o programa.	
Vinheta de intervalo	´´14		
Cenário – apresentação do quadro culinária	´´4	Close up médio em Hamilton Carneiro que faz a chamada para o quadro culinária.	HAMILTON CARNEIRO: “E agora você vai com a gente até a cozinha pra acompanhar mais uma receita do Frutos da Terra”.
Quadro Culinária	3´´34	No cenário de uma cozinha, plano conjunto e detalhes nos ingredientes e no preparo da iguaria. A apresentadora explica o prato do dia, a cachapa.	APRESENTADORA: “A cachapa é um prato típico da Venezuela, feito à base de milho assim como a pamonha. O venezuelano Alexys, encantado com

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		O chefe de cozinha complementa sobre sua preocupação com os sabores que agradam o paladar goiano para a versão goiana do prato. Segue a apresentação do preparo do prato.	nossos sabores da cozinha goiana, criou então a cachapa caipira e vai ensinar pra gente hoje aqui na cozinha do Frutos da Terra". CHEF: "A cachapa que fazemos aqui é bem brasileira, procura no cerrado, na região sabores típicos deste Estado maravilhoso".
Cenário – Quarto convidado.	4´´50	No cenário, o apresentador com familiaridade cumprimenta o quarto convidado, o músico Tom Chris que se apresenta com um piano. Após falarem sobre a experiência com o Rio Araguaia, conversam sobre os projetos artísticos do cantor, que fala que vai lançar novo trabalho para o público goiano. Em seguida, fala da música Fogueira, que vai apresentar e cuja letra é do apresentador. A canção fala da vida do interior, do amor, da vida simples da roça, com uso de expressões do imaginário popular e religioso como "enrosca em mim como ramo de São Caetano".	HAMILTON CARNEIRO: "Cê tá com cara de quem tava araguaiando, né, ta queimado!" TOM CHRIS: "Ah!Araguaia sempre, eu sou um homem do Araguaia. Adoro, adoro o Araguaia". HAMILTON CARNEIRO: "Nas horas vagas cê vem pra cá, quando dá lua cheia, enche a região, aí tem que...". TOM CHRIS: "Do mês de janeiro até mês de março a gente fica aqui, né!". HAMILTON CARNEIRO: "É interessante, lá busca a inspiração e vem compor, cantar aqui.". TOM CHRIS: "É verdade, é a nossa inspiração. O Araguaia é a nossa inspiração". TOM CHRIS: "E a coisa nova é uma música linda que eu recebi de presente aqui do Hamilton Carneiro".
Encerramento	´´37	Em close médio, Hamilton Carneiro se despede informalmente do público. Como habitualmente, fala que as pessoas podem enviar assuntos ligados à música, culinária e cultura popular por e-mail ou telefone, que poderão ser abordados no programa. Ao fim, recita um verso geralmente como conselhos	HAMILTON CARNEIRO: "Se o intestino está

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		e rezas sobre situações diversas e se despede com uma espécie de bênção final, que recita enquanto faz o sinal da cruz com um ramo nas mãos.	cheio/gases que nem câmera de ar/tome um chazinho de canela/ que logo vai passar” HAMILTON CARNEIRO: “Deus te ponha virtude”.
Vinheta final e créditos	´´31		

PROGRAMA 6

Programa: Don e Juan e sua história
Categoria: Entretenimento
Gênero: Musical
Formatos: Musical/sertanejo
Emissora: TV Alterosa
Estado: Minas Gerais
Rede: SBT
Direção de fotografia: Carlos Giovani
Direção de Imagem: Milton Ribeiro
Produção: Bruna Piassi
Data de exibição: 22/06/2008
Tempo total: 26min50seg

Sinopse
O programa *Don & Juan e sua história* é exibido semanalmente em todas as emissoras da Rede Alterosa em Minas Gerais. É um programa de auditório conduzido pela dupla de música sertaneja que dá nome ao programa. A dupla recebe e canta pedidos musicais do público da região ou de artistas, que contam em vídeo a história relacionada à musica solicitada, marcando um caráter interativo com as audiências. É um programa selecionado para a análise, pois reúne a música regional, presente em quase todas as emissoras, e a interação entre a televisão e as histórias de vida das audiências. A dupla apresenta certa proximidade com o público, falando a linguagem da região, além do carisma. As histórias são contadas por meio de vídeos tanto de pessoas comuns quanto de outros artistas, nem sempre do ramo sertanejo, além dos pedidos feitos pelo público presente. No programa do dia 13/06/2008 a dupla recebe o vocalista da banda de rock Biquíni Cavadão, por exemplo. Um dos vídeos do dia é um pedido da esposa de Don. Participam ainda convidados no palco em alguns programas. Neste mesmo programa, os apresentadores cantam com crianças que estavam presentes na platéia.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Vinheta de abertura	8''		
Cenário/Música de abertura	3'08''	O programa inicia com ângulo da câmera de cima para baixo, em plano geral do palco. Cenário em círculo tem aspecto noturno: A dupla Don e Juan se posiciona ao centro, a marca do programa encontra-se ao fundo, nas bordas estão os músicos da banda, um pequeno público sentado em	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		pequena arquibancada e no chão, ao redor, onde também está a estrutura de produção também composta por um telão onde são exibidos os vídeos das pessoas contando suas histórias. Programa inicia com a apresentação de música da dupla. Movimentos de câmera alternam plano geral fechando em planos conjunto e close-up dos cantores, da platéia, em geral de moças.	
Cenário/Apresentação	1'04''	Don faz a abertura e agradece a audiência. Em geral, é ele, primeira voz, quem conduz o programa. Don explica o porquê do programa, como o faz sempre: qualquer um pode gravar um vídeo em qualquer suporte contando a história com a música sertaneja que marcou sua vida e mandar para a emissora. Anuncia o primeiro vídeo do dia.	DON: "Começando mais um Don & Juan e sua História. Olha, que prazer, muito obrigado pela audiência. A gente a cada dia tem se surpreendido com a audiência desse programa que a gente tem o privilégio de estar realizando aqui na sua TV Alterosa, a TV que o mineiro vê, hein, Juan!". JUAN: "É verdade, a melhor televisão do Brasil".
Exibição vídeo-pedido 1	29''	A primeira história pede a música Não aprendi dizer adeus, pois a letra fala de desilusões como aconteceu com o autor do vídeo.	
Palco	5'07''	Don pede palmas e antes de cantar a música fala sobre o romantismo da música sertaneja. Durante a música, Don vai sempre ao público, que canta junto e pede que participe, o que é facilitado por ser um auditório pequeno que estimula a espontaneidade e participação. Após a música, agradece a audiência, fala dos municípios presentes. Dentre os participantes, agradece a 5 alemães que conheceu em suas viagens e com quem finge conversar em alemão. Corta para o intervalo	DON: "A música sertaneja realmente tem esse poder de contar o cotidiano das pessoas. E essa música que ele pediu, inclusive a gente canta com muito orgulho.Ela faz parte dos nossos repertórios nos nossos shows. Eu tenho certeza que vocês sabem.Vamos cantar juntos: Não aprendi dizer adeus". DON: "*Cês* viram gente, nós estamos internacionais (...) As pessoas devem estar se perguntando o que eles estão fazendo aqui. Eu tive o privilégio de estar fora do Brasil uma época, cantava ópera, pra quem não sabe. E essas pessoas me receberam infinitamente bem no país deles".

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Vinheta de intervalo	13''		
Palco	43''	Apresenta os presentes de Belo Horizonte. Chama o próximo pedido, que diz ser especial por ser de uma dupla de quem são amigos. VT abre da telão do palco para tela cheia.	DON: "Acidade que abraçou não só a mim, mas ao Juan e ao nosso trabalho".
Exibição vídeo-pedido 2	28''	A dupla Edson e Hudson parabeniza os apresentadores e pedem uma música da dupla que foi regravada por Don e Juan.	
Palco	7'20''	No palco, Don comenta que a dupla Edson e Hudson é referência para eles. Canta a música pedida. Após a apresentação, Don fala que o programa está sempre contando histórias, cantando essas histórias através do melhor repertório da música sertaneja" e pede a alguém da platéia para fazer um pedido e contar sua história. Quem pede é uma dupla iniciante, pedem a música "60 dias apaixonados", que motivou o início de um namoro. Juan complementa: "Casar é muito bão". Após a música, mais um intervalo comercial.	
Vinheta de intervalo	13''		
Palco	20''	Don destaca a audiência da emissora e chama a próxima história. Vídeo abre do palco para tela cheia.	
Exibição vídeo-pedido 3	7''		
	8'50''	Antes de atender o pedido, comenta que o rapaz não contou sua história e pede ajuda do público alegando não cantar a música pedida há muito tempo. Agradece bastante o prestígio pelo programa demonstrado pelas pessoas e nos shows da dupla. Juan apresenta o CD e o DVD da dupla,informa como adquiri-los enquanto imagens dos shows são	DON: "Que Deus abençoe a vida de vocês aí de casa. Que Deus abençoe a vocês que vieram aqui prestigiar o nosso trabalho'.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		exibidas. Don anuncia: “Vamo cantá a saideira?”, que em geral é uma música gravada pela dupla, “A vida que eu pedi a Deus”, e conta a história da música, sobre o fato de as segundas-feiras serem o domingo para quem é músico. As tomadas aparecem mais rápidas agora. A dupla agradece e se despedem pedindo a todos que façam o que chamam de “ensaio do grito da saideira”, que é o refrão da música que vão cantar (a qual pede para bater palmas e dar um grito). Com a música em andamento, os créditos do programa são exibidos no lado direito do vídeo.	

PROGRAMA 7

Programa: Terra da Gente
Categoria: Informativo
Gênero: Reportagem
Formatos: Reportagem
Emissora: EPTV Campinas
Estado: Sudeste
Rede: Globo
Direção:
Produção:
Reportagem: Ciro Porto
Tempo total: 41 minutos e 54 segundos

Sinopse
Produzido pela EPTV de Campinas, afiliada Rede Globo, e exibido aos sábados, às 13H45, com aproximadamente 45 minutos de duração, o Terra da Gente narra os roteiros turísticos naturais do interior do Brasil, com ênfase na pesca esportiva, na preservação da natureza – fauna e flora, na culinária e na música de raiz. Tem a pescaria como fio condutor para em seguida apresentar as diversidades culturais e naturais do Brasil pantaneiro, do Brasil dos índios, dos mateiros e dos povos das florestas, conforme consta na apresentação do programa no site oficial da emissora. O programa articula ainda os "causos" e receitas produzidas nos lugares visitados.
O programa Terra da Gente foi escolhido por apresentar um formato turístico e exploratório das paisagens naturais, culturas locais e do cotidiano presente em muitas emissoras e por ter atravessado as fronteiras do regional/local ao percorrer outras praças do interior que se identificam com suas temáticas. O programa ainda é exibido para todo o Brasil, aos domingos, às 7:00h, via antena parabólica (o canal Superstation da Globo) e para 46 países dos 5 continentes pelo Canal Internacional da Rede Globo.
Composto por 4 blocos, o programa começa com o apresentador no cenário, que faz a chamada das matérias, em seguida seguem as reportagens.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Bloco 1 – Mergulho	16''11	As reportagens demonstram ser bem produzidas, com vários efeitos e movimentos de câmera e uso intencional de diversos planos, desde os panorâmicos, no sentido de mostrar a grandeza da	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		região, aos planos detalhes e close up, objetivando diferenciar a composição do espaço da floresta amazônica, rica em diversidade na fauna, flora e aquífera. Alguns ângulos, como as tomadas aéreas do helicóptero, dão a dimensão aventureira da expedição.	
		Inicia com imagens panorâmicas do rio São Benedito no Sul do Pará envolto em muita neblina, ao alvorecer, mas com situação de tranqüilidade reforçada pela trilha sonora relaxante.	REPÓRTER EM OFF: “Rio São Benedito, sul do Pará, no amanhecer a névoa descobre a cachoeira do Salto do Daimassi’.
		Segue texto em off que anuncia o objetivo da reportagem e da expedição. Corta para o ritmo frenético da hélice do helicóptero, a voz em off e a música agora sugerem mistério e aventura. Imagem do helicóptero em vôo com um “grande sol” vermelho ao fundo. Tomadas rápidas mostrando as paisagens aéreas.	REPÓRTER EM OFF: “Aqui é nosso ponto de partida para uma viagem de descobertas. Se prepare para embarcar com a gente nessa aventura: participar de uma expedição científica numa área preservada em pleno século 21: a última fronteira do Mato Grosso”.
		No vídeo, mapa e infográfico com a localização da região.	REPÓRTER EM OFF: “Parece a ponta de uma flecha que se projeta entre os Estados do Pará e Amazonas. Dois grandes rios, Juruena e Teles Pires, protegem essa área de floresta amazônica do tamanho de um terço do Estado do Rio de Janeiro”.
		Cenas seguem repletas de imagens da floresta, com tomadas alternando entre planos mais longos e gerais e planos próximos e mais curtos. Imagens e closes das dificuldades encontradas, com música de ritmo acelerado.	REPÓRTER EM OFF: “O rio Teles Pires se transforma agora em nossa hidrovia de acesso”. Repórter em off: “Em alguns trechos os barcos precisam ser arrastados. (...) Difícil para quem navega, mas do alto as quedas e as pedras dão ao rio ainda mais beleza (...) E não tem outro jeito. Para chegar aqui só mesmo pelo rio ou pelo ar. Não existe nenhuma estrada”.
		Passagem: repórter no helicóptero, fala dos	REPÓRTER EM OFF: “Meio dia navegando e

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		segredos que se escondem dentro da floresta e que alguns podem ser observados do helicóptero. Em off, acentua o esforço da equipe em conseguir desvendar os "segredos do interior da floresta". Corta para os barcos. Repórter faz o primeiro mergulho e relata o que vê demonstrando bastante conhecimento, referindo-se às peculiaridades da vida nos rios. Corta para imagens da floresta e corta para outro ponto de mergulho, com aceleração das tomadas e da música. Segue texto sobre o novo cenário, de águas ainda mais transparentes, solo formado por rochas, poucos cardumes e inúmeras pequenas nascentes. Volta para imagens aéreas do helicóptero da equipe, o que sempre acontece após cada trecho. Em outro momento de mergulho, o repórter leva equipamentos e narra direto do fundo do rio. Este é um trecho mais perigoso e por isso o repórter informa que vai mergulhar sempre perto do barco e segue a **passagem** percorrendo o lago. Pelo rádio, especialista avisa ao repórter para ficar atento aos peixes elétricos que são freqüentes nos lagos da Bacia Amazônica. Reportagem segue em busca da área vista do helicóptero, cheia de cardumes. Imagens panorâmicas com câmera em *travelling* do fundo dos lagos e close-up dos grandes cardumes. Texto menciona os tipos de peixes e as estratégias de defesa no fundo do rio. Chama atenção para o fato de serem cardumes com peixes jovens. Entra **sonora** com um especialista explicando que o lugar é rico em cálcio, necessário para o	alcançamos os primeiros igarapés. A correnteza é fraca. Vamos mergulhar contra ela para não levantar sedimentos. O fundo de areia clara permite boa visibilidade. Nas margens entre as galhadas os primeiros peixes. Cascudos, acarás, jacundás e o comum lambari. No leito só as arraias, ora calmas ora assustadas. Uma hora de mergulho leito acima e o leito muda. Pedras desgastadas pela correnteza formam um novo cenário. Assim como acontece nos recifes marinhos, essa pedras também atraem os peixes". REPÓRTER EM OFF (em mergulho): "A vida aqui brota por toda parte". REPÓRTER EM OFF (em mergulho): "O esforço é recompensado pela beleza do lugar". REPÓRT.ER EM OFF (em mergulho): "Jacarés e sucuris são preocupação, mas não as únicas". REPÓRTER EM OFF (em mergulho): "Falou no diabo, aparece uma. O poraquê é de uma família de peixes em que quase o corpo inteiro é uma grande cauda" REPÓRTER EM OFF: "Não é à toa que os peixes nunca fecham os olhos, afinal, vivem num mundo onde um come o outro".

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		metabolismo acelerado dos peixes em fase de crescimento. O bloco fecha com imagens panorâmicas dos lugares percorridos e volta à tomada do helicóptero com o sol vermelho.	REPÓRTER EM OFF: “Esse lago com tanta beleza pode parecer apenas um capricho da natureza, mas na verdade tem um papel fundamental para os peixes jovens”.
Bloco 2 - Pássaros	9’’37	Inicia com as imagens dos peixes, corta para a floresta, para as copas das árvores. Close up nas aves encontradas, como um beija-flor.	REPÓRTER EM OFF: “Se o cardume esconde o peixe, a floresta esconde a ave. Do alto o que se vê é o todo, uma imensa cobertura vegetal. Debaixo dela, uma complexa teia da vida cria relações de dependência. Muitas vezes amistosas, como a que existe entre a flor e o beija-flor”.
		Plano-sequencia em detalhe conjunto de um marimbondo atacando uma aranha que é anestesiada e levada ao ninho pelo predador. Sonora de especialista comentando o fato.	REPÓRTER EM OFF: “Outras relações são agressivas, selvagens. A aranha-caranguejeira até que tentou, mas não resistiu ao ataque do marimbondo-carniceiro”. CIENTISTA: “Na prática, o marimbondo está fazendo o que o homem faz quando utiliza o sal ou a geladeira para conservar os alimentos. A curiosidade científica ela surge inclusive a partir da observação de fenômenos naturais e aí vem a pergunta: até que ponto se isolar esse elemento que anestesia a aranha não poderia beneficiar o homem?”.
		Volta a imagens aéreas e tentativas de descobrir os pássaros escondidos, inserindo perguntas que aguçam o interesse de quem assiste para permanecer atento. Seguem movimentos de câmera em zoom e close up das pássaros escondidos entre as folhas, paralelo a texto sobre a interdependência entre floresta e pássaros. Comenta vários pássaros. **Passagem:** o repórter explica que a expedição vai	REPÓRTER EM OFF: “Será que é o pássaro que depende da árvore ou a árvore que depende do pássaro?”.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		em busca do anhambé-preto, o maior dos pássaros semeadores. O pássaro é especial pelo ritual de acasalamento, em que o macho faz exibições para conquistar a fêmea. Sonora com especialista do IBAMA, que afirma ser este um dos pássaros mais bonitos da Amazônia. Partem no barco para a busca, planos detalhes no motor do barco e nas águas, *traking* das margens e nos rios, como uma estrada. Sucessão de imagens e planos demonstrando a dificuldade de se encontrar o pássaro. **Sonora**, com close médio no guia, que percebe sinais do pássaro. Após o sinal, a equipe em terra segue os mugidos e encontram vários pássaros, sempre em movimento e escondidos entre as folhas. Mostra os detalhes de cada pássaro visto, em cada imagem um detalhe do pássaro que está à mostra. **Passagem**: repórter fala que viu cerca de 5 machos fazendo a apresentação para uma única fêmea e que é difícil filmar no topo das árvores. Sonora com mais um especialista que explica o ritual e logo surgem vários casais entre as folhagens. Corta para o grande sol e nova narração da aventura do dia seguinte em que voltaram a procurar o pássaro sem sucesso e fecha o bloco com um comentário-chave.	REPÓRTER EM OFF: “Natal, o guia da região, encontra um sinal”. GUIA: “Ouviu o barulho?” REPÓRTER EM OFF: “Que barulho?” GUIA: “Esse, que parece um mugido de um boi. Esse aí é um anhambé-preto ou anhambé-boi, por este som”. REPÓRTER EM OFF: “Por causa do penacho, o anhambé-preto em inglês é chamado de *umbrela bird*, o pássaro guarda-chuva. Mas quem que poderia ser chamado de o pássaro exibidor”. REPÓRTER EM OFF: “Para nós, restou a certeza: tivemos um privilégio, de gravar um dos espetáculos do mundo das aves da Amazônia. Foi um dia diferente. Desses que ficam pra sempre na memória da gente”.
Bloco 3 - Macacos	8’’37	Imagens parciais do helicóptero sobre a floresta. Off explicando que a nova fase da expedição vai até o ponto extremo da região, entre três Estados (MT, PA e AM), no encontro dos rios Teles Pires e Juruena para formar o rio Tapajós.	

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		Chegam à comunidade Barra de São Manuel, off descreve o local enquanto sucedem imagens das casas, das pessoas, sobretudo de crianças.	REPÓRTER EM OFF: “Em casas de pau a pique cobertas com folhas de babaçu vivem 240 pessoas, na maioria crianças. Ninguém sabe ao certo quando esta comunidade surgiu. Apenas que tem seu auge em 1940 com os soldados da borracha, um esforço de guerra quando o governo Getúlio Vargas trouxe para esta região muita gente do Nordeste para extrair o leite das seringueiras utilizado na produção de pneus. Hoje, os beiradeiros, como gostam de ser chamados os moradores daqui, mostram os traços da miscigenação entre os nordestinos e os índios [mururucum]. Vivem da caça, pesca e roça, totalmente isolados da cidade”.
		Segue algumas histórias de vida de moradores. Nas entrevistas, falam sobre o isolamento, são 3 dias para ir e voltar com suprimentos da cidade, destaca-se o modo de vida simples e a identidade das pessoas com seu lugar e seu modo de vida.	REPÓRTER EM OFF: “Apesar das dificuldade, quase ninguém aqui pensa em deixar a floresta” MORADORA: “Eu não tenho inveja de quem tem televisão, não tenho inveja de quem tem um fogão a gás porque logo que me aposentaram disse: agora compra fogão, uma casa aqui na cidade. Eu disse: eu não, eu nasci no mato, eu tenho que morrer no mato, mesmo.’ REPÒRTER: “Esse é o sonho da senhora?” MORADORA: “Pois é, isso que é meu sonho”. REPÓRTER EM OFF: “O tempo da borracha se foi, mas seu Severino decidiu ficar. E ficou para contar histórias”.
		Uma das histórias é a de Seu Severino. O repórter percorre ao lado dele os seringais. Imagens alternam entre planos gerais da área e close up, como do rosto do ex-seringueiro. Corta para a hélice do helicóptero que anuncia a volta à expedição. Sobrevoa a cachoeira Salto de São Simão, as imagens são tranqüilas, com	SEVERINO: “Eu fiquei porque eu num gosto de andar assim,. Eu fiquei porque eu tinha meu lugarzinho, NE. Eu não ia abandonar ele pra ficar batendo cabeça *praqui pracolá*”.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		tomadas rápidas e outras demoradas focando detalhes da floresta como o vôo de araras. Ao avistarem macacos em um paredão, resolvem descer. O helicóptero desce e os tripulantes abrem uma clareira para o pouso. Após mais de uma hora de caminhada, em que gravam imagens da fauna e flora, chegam ao paredão, em território matogrossense. Seguem imagens dos macacos e da sua habilidade em correr pelo paredão, com o uso da cauda como cabo de segurança. Especialistas identificam a espécie. Trata-se do macaco aranha de cara branca. Os macacos aranha de cara branca são mais encontrados no Pará e os de cara preta no Mato Grosso. Fim do bloco com mais um comentário que enfatiza a importância da expedição e o esforço da equipe do programa.	REPÓRTER EM OFF: “Uma constatação curiosa,os rios dividem territórios entre espécies. Para nós, fica o desejo que esses rios continuem protegendo está área preservada”.
Bloco 4 - Peixes	4’’46	Inicia com imagem da lua em tele cheia, referência à madrugada, os primeiros raios solares refletem nas águas do rio. Preparativos para pescar peixes no Rio Juruena, que após retirada do sangue pelos pesquisadores, são devolvidos ao rio. O material será usado para caracterizar as espécies pelo DNA. Câmera em zoom a partir do detalhe de uma seringa sendo inserida na pele do peixe abrindo para o plano conjunto pesquisador-peixe-repórter. Corta para sonoras com dois pesquisadores que falam que o cruzamento entre espécies pode prejudicar a capacidade de as mesmas se reproduzir caso entre em contato com espécies nativas nos rios e que pedem o controle genético e a ação do IBAMA	REPÓRTER EM OFF: “Pode parecer um luxo da Ciência, mas hoje é uma necessidade. Várias estações de piscicultura estão fazendo cruzamento entre espécies diferentes”. PASSAGEM: “O resultado é que em grandes cidades hoje se pode encontrar um peixe pensando que é de uma espécie e na verdade ele não ser de espécie alguma. E o pior é que isso traz um grande risco ao meio ambiente”.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		por meio de legislação mais rígida junto aos produtores que agem sem medir as conseqüências. Imagens aéreas e do acampamento que se torna laboratório de análise. Off narra que a região foi escolhida para a pesquisa por ser preservada e considerada o marco dos peixes da Bacia Amazônica e assim se pode identificar com mais propriedade o equilíbrio ambiental entre parasitas, peixes e meio ambiente e saber o que é preciso para recuperar áreas agredidas. Em passagem, o repórter enfatiza o trabalho desenvolvido no laboratório-acampamento.	REPÓRTER: “Em outras palavras, regiões como esta são salas de aula onde quem ensina é a própria mãe-natureza”.
Bloco 4 - Langsdorff	3’’23	Inicia com imagens aéreas dos rios e das quedas d’água. Passagem fala da Expedição Langsdorff que cruzou vários rios do Brasil em barcos a remo, em 1828, com patrocínio da Rússia. Corta para os desenhos e gravuras feitos à mão durante a expedição de 1828, e intercala com imagens feitas pela reportagem, mostrando que a região continua intocada. Sonoras mostram especialistas destacando a importância do ecoturismo para fortalecer a preservação. Encerra com imagens da expedição e uma síntese da reportagem, sempre com tom de alerta e aconselhamento.	REPÓRTER EM OFF: “Em 15 dias pelos rios e matas desta região do Mato Grosso conseguimos gravar várias espécies que antes só podiam ser retratadas. Nesta expedição, os cientistas não descobriram espécies novas, mas fizeram, graças aos aventureiros do século 19, a constatação de que as espécies continuam bem vivas aqui. Para a Ciência, essa é uma área onde o tempo parou e a natureza está do jeito que foi feita”. REPÓRTER EM OFF: “Bom saber que o homem nesta região só foi extrativista e não destruiu”. REPÓRTER EM OFF: “A última fronteira do Mato Grosso guarda todos os seus bichos e as perfeitas relações de dependência. Relações que para continuarem existindo hoje só dependem do bicho homem”.

PROGRAMA 8

Programa: Especiais RBS – Aventuras da família Brasil – 2ª temporada, episódio De onde viemos e para onde vamos.
Categoria: Entretenimento
Gênero: Teledramaturgia
Formatos: Série
Emissora: RBS TV (Rede Brasil Sul de Televisão)
Estado: Rio Grande do Sul
Rede: Globo
Direção: Márcio Schoenardie
Produção: Casa de Cinema de Porto Alegre
Data: 26/09/2009
Tempo total: 15min e 20 segundos

Sinopse
As séries de dramaturgias e docudramas da RBS abordam desde aspectos históricos e tradicionais da cultura gaúcha até questões sobre meio-ambiente, relações pessoais e a vida cotidiana dos gaúchos. Destacam-se pelo uso da linguagem do documentário e da ficção, até então ausente nas emissoras regionais, para tratar de temáticas regionalizadas e de interesse local. O programa vai ao ar semanalmente, aos sábados, e tem duração de 20 minutos. Aventuras da Família Brasil aborda de maneira divertida o dia a dia e as confusões de uma família de classe média de Porto Alegre: Pai, mãe, filho, filha, neto e o namorado da filha, o Boca. Na segunda temporada, exibida em 2009, o Filho e o Neto descobrem seus primeiros amores; a Filha fica grávida do Boca e que se separam algumas vezes; em uma destas separações, arranja outro namorado, um ator muito estranho que enche a casa de outros estranhos artistas; e por fim o clima inusitado que acompanha o nascimento do novo bebê, o filho do Boca. As histórias são adaptadas das tirinhas de Luis Fernando Veríssimo com os atores Felipe de Paula (Boca), Miriã Possani (Filha), Beto Mônaco (Pai), Nadya Mendes (Mãe), Samuel Raginatto (Filho) e Arthur Quadros (Neto). No episódio De onde viemos e para onde vamos às vésperas do nascimento do novo bebê e em meio a mais uma crise financeira, a Mãe resolve arranjar um emprego, dessa vez com o apoio do Pai, o Neto tenta entender a chegada da irmã, e a Filha e Boca preparam-se para o parto aquático.

Narrativa Audiovisual

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Vinheta de Abertura	´´18	As personagens surgem cada um em um quadro, exceto o pai e a mãe, em fundo de cores claras e bem caricaturados com o nome de cada ator. Fecha no quadro a família disposta como em fotografia e a marca do programa em tipos inicialmente desconstruídos: primeiro “Brasil Família”, complementa-se com “Aventuras da Família Brasil”, em tipos coloridos, e abaixo “Baseado na obra original de Luis Fernando Veríssimo (nome do escritor em caixa alta). Finaliza com as marcas dos realizadores: RBS e Casa de Cinema de Porto Alegre.	
Cena 1		Na cozinha. Plano detalhe do pai sentado à mesa fazendo contas. Passa para plano de conjunto quando a mãe entra no quadro e os dois iniciam um diálogo, com close up alternados de ambos alternados com plano conjunto. No momento da saída da classe média, o quadro fica em preto e branco.	MÃE: E então, como é que está nossa situação financeira? PAI: Bom, considerando toda a minha renda e descontando aí as despesas de supermercado, água, luz, escola das crianças... MÃE: Ta, ta, não faz suspense. PAI: Se tudo continuar como está nós vamos deixar a classe média na terça-feira, dia 9. MÃE: Hoje! PAI: Em... 4, 3, 2, 1.. [silêncio, quadro em preto e branco] MÃE: Ah! Não doeu nada. PAI: É, também achei que fosse pior. [rostos aliviados]
Cena 2		Na sala. Inicia com mobílies balançando. Pais entram na sala e ficam assustados com a filha e o genro, o Boca, encenando técnicas para o parto. Planos americano e de conjunto, além de efeitos de moldura entre o jovem casal.	BOCA: 1, 2, 3, 4 PAI: Tenho até medo de perguntar. MÃE: Ela e o Boca tão se preparando pro parto do bebê. PAI: Parece mais que tão tentando ter outro bebê. MÃE: Faz parte do processo.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			PAI: Que processo? MÃE: Ela vai ter o bebê debaixo d´água! PAI: O quê? MÃE: É, uma técnica moderna, diz que é ótimo pra mãe, ótimo pro bebê. PAI: Hum, bom, desde que teja tudo coberto pelo plano de saúde, tá ótimo... Não tá coberto, né! MÃE: A gente podia fazer um exercício também, né! Um, dois...
Cena 3		A cena inicia-se com imagens da rua, close no semáforo. Na mesa de jantar e na sala, pai tenta colocar manteiga na torrada, sem sucesso, demonstra irritação e fica ainda mais nervoso quando Boca consegue comer sem problemas. Na sala , a filha conversa com o filho (neto). Planos em close e de conjunto, silêncio e música ambiente. Pai sempre em tom de desdém e desconfiança, mãe sempre tentando apaziguar. Não há muitas trocas de carinhos entre o casal, embora fique claro que existe companheirismo.	FILHA: Olha, tua irmãzinha ta se mexendo. Ela quer saber se pode sair pra brincar com você. NETO: Depois que tomar banho pode. PAI: Esse tal de parto na água vai ser aonde, hein? FILHA: Na água, né, pai! Pensei que a mãe já tinha te explicado tudo. PAI: Sim, mas... vai ser num balde, num tanque? FILHO: Na piscina que o Boca tinha quando era criança. PAI: Deve ser bem nova, então! MÃE: Não começa, não começa! BOCA: Vai ser TR-massa, tipo a capa daquele disco, saca! PAI: Disco? FILHO: É, pai, esse disco é tri-massa, de grunge. Achei que fosse do teu tempo, né! FILHA: Ah, vai ter o amigo do Boca também, o Costela. Ele se formou em Medicina antes de ir morar naquela comunidade, né Boca? BOCA: Éhh, grande Costela. Sabe tudo esse cara aí, haa! PAI: Aposto que sabe mesmo.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			NETO: Vô, de onde vêm os bebês? PAI: Tu não já me fez essa pergunta antes? NETO: Mas tu enrolou e não disse nada.
Cena 4		Na sala, com a televisão ligada, Boca e a filha conversam. Ângulo de cima para baixo. Em um momento do diálogo, Boca pensa como será sua filha. Ainda criança, a menina faz jogos no meio da rua, enquanto ele observa de longe, como agenciador, até que a polícia chega ao local e a menina foge do lugar.	FILHA: Boca? BOCA: Han? FILHA: Agora que ta chegando a hora eu tô começando a ficar preocupada. BOCA: Pode deixar que eu me preocupo por nós dois, gatinha. FILHA: Colocar outro filho nesse mundo é complicado. BOCA: Han, que nada! `Pode deixar que eu vou ensinar pra ela como se dar bem nessa vida [entra cena do Boca pensando]. Maaasssa, aha!
Cena 5		No quarto, o Pai e a Mãe sentados na cama. Ele cochila, ela vê televisão e faz sinais de indignada com o cochilo do marido. Plano conjunto do casal sentado na cama.	MÃE: Tanta gente roubando, tantos milhões sendo desviados, tanta gente enriquecendo com o dinheiro dos outros e tu aí, deitado nessa cama [pai acorda] PAI: Hum? [neto entra] NETO: Vô, tu prefere neto ou neta? PAI: Ehhh, neto. NETO: De verdade? PAI: Hunhumm, meninas não sabem jogar bola! PAI: Tu ta tranqüila com essa história de parto na água? MÃE: Eu tô. E to dando força pra eles. PAI: Hum, eu tenho as minhas dúvidas. MÃE: EU já sei disso. PAI: Só to pensando alto. MÃE: Com as dificuldades financeiras aqui em casa,

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			com mais um neném chegando, ta mais do que na hora de eu arrumar um emprego, não é! PAI: Eu sou radicalmente contra! O teu lugar é aqui cuidando da família. MÃE: e se eu arrumar um emprego que me pague bem e me tire pouco de casa? PAI: Bom, aí tu me recomenda.
Cena 6		Inicia com movimento da rua. Na mesa, os pais entram em certo conflito procurando o emprego ideal para a mãe nos jornais.	PAI: Bom, eu acho que a primeira coisa é atualizar o teu currículo. MÃE: Isso, isso. PAI: Então, vamo vê! Quando foi a última vez que tu trabalhou? MÃE: Há 20 minutos atrás quando eu lavei a louça de 6 pessoas. PAI: Não, eu to falando sério, trabalho de verdade. MAE: Ué... [entra Boca] BOCA: Tchêee, sogrão, me empresta uns pila aí preu comprar uma fita pra câmera! PAI: E pra quê seria essa fita? BOCA: Como pra quê? Pra filmar o nascimento do neném. MAE: Boa idéia, Boca! PAI: Até que não é mal. Ta bom, óhh. BOCA: Uma fita boa é no mínimo uns 15, né! PAI: Vá lá, pode levar o troco. BOCA: Maaasss, ahhh, sogrão, hein.. hahah!! MAE: Tá, vamo continuar fazendo isso aqui, e agora sem piadinhas, ta! PAI: Hunhum. MAE: Ah, olha aqui, esse aqui parece bom, oh! Não exige nem experiência.
Cena 7		Inicia com imagens da rua.	BOCA: Oh, Costela. Dá uma mão aqui, veio!

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
		Na casa do Costela, Boca tenta montar o tripé da câmera para filmar o parto ao lado da piscina. Costela observa com jeito de preguiça. A filha entra em cena depois com uma melancia nos braços.	COSTELA: Oh, meu. Tu pediu a piscina, tai a piscina, mil litros de prazer. Não vou ajudar, tenho que tomar meu suco. Quem é que teve a idéia de ter essa criança dentro da água, hein? FILHA: Foi minha, por quê? Oh, Boca! COSTELA: Deixa pra mim que eu entendo muito de parto. Isso é comigo. Ta pronto. BOCA: Peraê, daqui está perfeito. COSTELA: Então ta. Nasceeeeu... [joga e parte a melancia na água]
Cena 8		Na mesa, a família está de novo reunida. O assunto é a trilha sonora do parto do bebê.	MAE: Eu não vejo mal algum nisso. FILHA: Isso porque tu não ouviu trash. PAI: Trash ?! BOCA: ÉEE, trash metal. PAI: E o que vem a ser isso? FILHO: Ah, pai, é tipo, tipo heavy metal PAI: Ah... FILHO: Mas beem pior. BOCA: Muito piorrrrrrrrr, óh! MAE:Meu Deus! FILHA: Pára, Boca! PAI: Mas por quea trilha sonora do nascimento tem que ser esse tal de trash metal? BOCA: É pra criança nascer mais forte, saca, wow, wow! PAI: Entendi. Bom, talvez seja uma boa idéia. E essa música não pode ser tão horrível... BOCA: Tchêe, coroa. Então te liga nesses caras aqui, oh! PAI: [com fones no ouvido, a música começa tranqüila e agita em seguida] Até que a música é bonita. Meu Deus do céeu!! [tira os fones e não

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			consegue ouvir as pessoas]. BOCA: Massa, né! PAI: O quê? ... Quê?
Cena 9		Inicia com tomadas da rua e close no prédio. Na sala, a mãe treina para seu novo emprego tendo o pai, o filho e o neto como supostos clientes. Fecha na mãe e nos três sentados no sofá meio entediados, filho lê o catálogo de cosméticos.	MAE: Este kit contém 8 cores de batom, todos com proteção solar, além do *gloss* que tem textura leve e brilho intenso. Temos rímel também de longa duração. NETO: À prova d'água, vó! MÃE: Sim, à prova d'água também, isso. E aí? PAI: Foi bom, querida, foi bom, ta! É que eu acho que nós não somos exatamente o teu público alvo, não é! NETO: Quero um batom. FILHO: Ahh, eu quero essa morena aqui... PAI: Vocês vão lá pra dentro... MÃE: Eu acho que eu não levo jeito pra ser vendedora. PAI: Tudo bem, querida, tudo bem. MAE: Mas a gente precisava tanto deste dinheiro! PAI: A gente dá um jeito, a gente sempre deu um jeito. MAE: Tem certeza? PAI: Claro! MAE: Me sinto mais aliviada [Olha a revista]. Olha só que bom esse, oh! Eu vou encomendar esse aqui. Esse é bom!
Cena 10		No parque, a Filha e Boca caminham.	FILHA: Tu sabe que eu to sempre do teu lado, né, Boca? Mas é que esse lance da grana tá complicado. BOCA: Oh, gata, mas eu já te disse que é pra tu deixar que eu me preocupo por nós dois, né! FILHA: Só que agora tu vai ter que se preocupar com nós três.

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
			BOCA: Eu vou arrumar uma grana aí. FILHA: Cê tem que arrumar um emprego fixo. Por que tu não vai naquela imobiliária, lembra, que tu trabalhou? Lá eles gostam de ti, ou não? BOCA: Ah, gostam, né! FILHA: Então! BOCA: Quem sabe até cria esse tal de juízo, né! FILHA: [respira fundo, sente algo] Ta na hora, Boca. BOCA: É, eu sei, por isso que eu vou fazer isso mesmo, entendeu! FILHA: Não, Boca. Ta na hora, a bolsa estourou. BOCA: Bah, que nojo... né?!
Cena 11		Na sala, pai e mãe estão sentados. Plano conjunto e geral. Saem apressados para a chegada do bebê.	MÃE: Liga a TV pra gente ver o jornal. PAI: Amanhã a gente pode ler o jornal. MAE: Não é dessa maneira que a gente vai economizar. PAI: Mas já é um começo. Ta bem. [notícias sobre a bolsa de valores] PAI: Chega de notícia ruim, né! MAE: Boca é um bom rapaz. PAI: Hum, até pode ser. Mas a situação ta ficando difícil. Nós não temos onde arranjar dinheiro pras despesas desse neném. MAE: Meu emprego também não ajudou muito, né! PAI: Pelo menos tu comprou um perfume. MAE: ÉEE, comprei. PAI: O teu lugar é aqui, comigo. O Boca tem que assumir as responsabilidades dele. [Boca entra correndo e desastrado] PAI: Que que foi agora? BOCA: A bolsa, a bolsa estourou! PAI: A gente viu, a gente viu na TV. BOCA: Não, o neném ta chegando, gente!

Unidade de análise	Duração	Estrutura e códigos audiovisuais	Fragmentos do texto verbal
Cena 12		No hospital, Boca e o pai andam de um lado para outro, nervosos. Mãe e crianças permanecem sentados.	PAI: Fica tranqüilo, Boca. Vai dar tudo certo, ta! BOCA: Ta! PAI: E aquela história da piscina. BOCA: Ah, é que o Costela teve uma emergência urgente [entra no quadro cena na piscina, com Costela e duas moças comendo a melancia] ENFERMEIRO: Aqui tem algum Boca? BOCA: Tem sim, sou eu. ENFERMEIRO: Parabéns, seu Boca, é uma menina. BOCA: Ahhh [desmaia]
Cena 13		No berçário, ângulo de baixo para cima, Boca brinca com uma criança. A família em outra direção, observam o bebê certo. A câmera faz o movimento na posição dos bebês da família para o Boca.	BOCA: Bah, que massa! Oi, eu sou teu pai. É, coisa linda. Vem pro colinho do papai, vem... NETO: Até que ela não é tão nojentinha... MAE: Ai, coisinha mais linda da vó! [percebem o Boca] BOCA: Oh, que bonitinha, né. Olha só, é tão... [faz gestos nos olhos e olha o casal de chineses ao lado... percebe o equívoco]. Bah, que viagem!
Cena 14		A família está reunida ao lado da cama da filha, música ambiente, Boca sentado com o bebê no colo, o neto tira fotos e o pai pede pra que todos fiquem calados e não acordar a filha. Fim.	BOCA: Coisa mais linda.

Livros Grátis

(http://www.livrosgratis.com.br)

Milhares de Livros para Download:

Baixar livros de Administração
Baixar livros de Agronomia
Baixar livros de Arquitetura
Baixar livros de Artes
Baixar livros de Astronomia
Baixar livros de Biologia Geral
Baixar livros de Ciência da Computação
Baixar livros de Ciência da Informação
Baixar livros de Ciência Política
Baixar livros de Ciências da Saúde
Baixar livros de Comunicação
Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE
Baixar livros de Defesa civil
Baixar livros de Direito
Baixar livros de Direitos humanos
Baixar livros de Economia
Baixar livros de Economia Doméstica
Baixar livros de Educação
Baixar livros de Educação - Trânsito
Baixar livros de Educação Física
Baixar livros de Engenharia Aeroespacial
Baixar livros de Farmácia
Baixar livros de Filosofia
Baixar livros de Física
Baixar livros de Geociências
Baixar livros de Geografia
Baixar livros de História
Baixar livros de Línguas

Baixar livros de Literatura
Baixar livros de Literatura de Cordel
Baixar livros de Literatura Infantil
Baixar livros de Matemática
Baixar livros de Medicina
Baixar livros de Medicina Veterinária
Baixar livros de Meio Ambiente
Baixar livros de Meteorologia
Baixar Monografias e TCC
Baixar livros Multidisciplinar
Baixar livros de Música
Baixar livros de Psicologia
Baixar livros de Química
Baixar livros de Saúde Coletiva
Baixar livros de Serviço Social
Baixar livros de Sociologia
Baixar livros de Teologia
Baixar livros de Trabalho
Baixar livros de Turismo