

**Relatório de Pesquisa**  
**CPqD 2006**  
**Fundação Padre Urbano Thiesen**

**CARTOGRAFIA AUDIOVISUAL BRASILEIRA**  
**DE 2005**  
um estudo quali-quantitativo de TV e cinema

**Coordenadora**  
**Prof. Dra. Cosette Castro**

## **GRUPO DE PESQUISA**

**Coordenação Nacional**  
Prof. Dra. Cosette Castro

### **Coordenação e Equipes por Regiões**

#### **Região Sul**

Dra. Cosette Castro

#### **Bolsista**

Paola Madeira

#### **Apoio Técnico**

Carmem Castro

Luiz Carlos Tavares de Sá

#### **Região Sudeste**

Dra. Desirée Rabelo

Dr. José Carlos Aronchi

M. Leonardo Vidigal

M. Patrícia Saldanha

#### **Pesquisadoras Colaboradoras**

Dra. Juçara Brittes

Dra. Regina Mota

#### **Colaboradores de Pós-Graduação**

Breno Lira Gomes

Fábio Campos

#### **Colaboradores de Graduação**

Aldemir Ribeiro

Bruno Favoretto

Cláudio da Luz

Érika Breno

Fábio Fausto

Fabrício Sales

Felipe Procópio  
Ivan Rigota  
Leonardo de Miranda  
Lílian Oliveira  
Luciana Januário  
Luiz Ignacio Gama Filho  
Rafael Di Stefano  
Rafael Moreno  
Ricardo Sollberg

**Região Centro-Oeste**

Dra. Suzy Santos

**Região Nordeste**

Dr. César Bolaño

**Bolsistas**

Marcos Vinicius Castañeda

Daniele Azevedo

**Região Norte**

Dr. Álvaro Benevenuto Jr.

Dra. Claudia Guerra

**Colaboradora de Graduação**

Ana Paula Boelter

**Apoio Técnico**

Luciane Schommer

**Fomatação**

Priscila Evangelista

Agradecimentos:

**São Paulo**

Biblioteca Mário de Andrade em São Paulo, Biblioteca da ECA/USP, Centro Universitário

Nove de Julho/SP (Uninove)

Departamento de Ciências Sociais, Comunicação e Arte (Uninove)

Grupo de Pesquisas em Comunicação e Linguagem Audiovisual

Prof. Allan Kozlakowski

LIS - Laboratórios de Imagem e Som

**Espírito Santo**

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

**Rio de Janeiro**

Rio Filmes (sra. Germana)

Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio de Janeiro (Diogo  
Dahl)

Secretaria Estadual de Cultura/RJ (Alice Werneck)

**Associações**

ABEPEC

ABTA

ANCINE

ABTTVI

**Rio Grande do Sul**

IECINE/RS

A todas as emissoras de TV do país que colaboraram nesta pesquisa recebendo os  
pesquisadores e/ou respondendo dados por telefone ou e-mail

**Este trabalho é dedicado aos brasileiros que tem na TV sua única fonte de informação e lazer e que passaram em 2005 uma média de 3,5 horas diárias em frente a TV.**

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1.....	63
Quadro 2.....	87
Quadro 3.....	87
Quadro 4.....	96
Quadro 5.....	101
Quadro 6.....	105
Quadro 7.....	108
Quadro 8.....	110
Quadro 9.....	111
Quadro 10.....	120
Quadro 11.....	122
Quadro 12.....	123
Quadro 13.....	124
Quadro 14.....	125
Quadro 15.....	126
Quadro 16.....	128
Quadro 17.....	129
Quadro 18.....	131
Quadro 19.....	146
Quadro 20.....	147
Quadro 21.....	150
Quadro 22.....	153
Quadro 23.....	174

Quadro 24.....	175
Quadro 25.....	177
Quadro 26.....	179
Quadro 27.....	181
Quadro 28.....	182
Quadro 29.....	184
Quadro 30.....	186
Quadro 31.....	188
Quadro 32.....	189
Quadro 33.....	191
Quadro 34.....	192
Quadro 35.....	194
Quadro 36.....	195
Quadro 37.....	197
Quadro 38.....	197
Quadro 39.....	208
Quadro 40.....	210
Quadro 41.....	212
Quadro 42.....	212
Quadro 43.....	214
Quadro 44.....	218
Quadro 45.....	233
Quadro 46.....	234
Quadro 47.....	241
Quadro 48.....	243
Quadro 49.....	255
Quadro 50.....	256

<b>Quadro 51</b> .....	<b>267</b>
<b>Quadro 52</b> .....	<b>276</b>
<b>Quadro 53</b> .....	<b>288</b>
<b>Quadro 54</b> .....	<b>288</b>
<b>Quadro 55</b> .....	<b>289</b>
<b>Quadro 56</b> .....	<b>290</b>
<b>Quadro 57</b> .....	<b>291</b>
<b>Quadro 58</b> .....	<b>298</b>
<b>Quadro 59</b> .....	<b>299</b>
<b>Quadro 60</b> .....	<b>313</b>
<b>Quadro 61</b> .....	<b>321</b>
<b>Quadro 62</b> .....	<b>337</b>
<b>Quadro 63</b> .....	<b>338</b>
<b>Quadro 64</b> .....	<b>340</b>
<b>Quadro 65</b> .....	<b>360</b>
<b>Quadro 66</b> .....	<b>362</b>
<b>Quadro 67</b> .....	<b>365</b>
<b>Quadro 68</b> .....	<b>367</b>
<b>Quadro 69</b> .....	<b>368</b>
<b>Quadro 70</b> .....	<b>370</b>
<b>Quadro 71</b> .....	<b>371</b>
<b>Quadro 72</b> .....	<b>376</b>
<b>Quadro 73</b> .....	<b>378</b>
<b>Quadro 74</b> .....	<b>380</b>
<b>Quadro 75</b> .....	<b>381</b>
<b>Quadro 76</b> .....	<b>383</b>



<b>Quadro 77</b> .....	<b>385</b>
<b>Quadro 78</b> .....	<b>405</b>
<b>Quadro 79</b> .....	<b>407</b>
<b>Quadro 80</b> .....	<b>411</b>
<b>Quadro 81</b> .....	<b>414</b>
<b>Quadro 82</b> .....	<b>416</b>
<b>Quadro 83</b> .....	<b>417</b>
<b>Quadro 84</b> .....	<b>419</b>
<b>Quadro 85</b> .....	<b>419</b>
<b>Quadro 86</b> .....	<b>422</b>
<b>Quadro 87</b> .....	<b>424</b>
<b>Quadro 88</b> .....	<b>433</b>
<b>Quadro 89</b> .....	<b>434</b>
<b>Quadro 90</b> .....	<b>437</b>
<b>Quadro 91</b> .....	<b>438</b>
<b>Quadro 92</b> .....	<b>440</b>
<b>Quadro 93</b> .....	<b>440</b>
<b>Quadro 94</b> .....	<b>440</b>
<b>Quadro 95</b> .....	<b>442</b>
<b>Quadro 96</b> .....	<b>443</b>
<b>Quadro 97</b> .....	<b>443</b>
<b>Quadro 98</b> .....	<b>446</b>
<b>Quadro 99</b> .....	<b>448</b>
<b>Quadro 100</b> .....	<b>451</b>
<b>Quadro 101</b> .....	<b>455</b>
<b>Quadro 102</b> .....	<b>456</b>
<b>Quadro 103</b> .....	<b>458</b>

<b>Quadro 104.....</b>	<b>459</b>
<b>Quadro 105.....</b>	<b>461</b>
<b>Quadro 106.....</b>	<b>462</b>
<b>Quadro 107.....</b>	<b>467</b>
<b>Quadro 108.....</b>	<b>469</b>
<b>Quadro 109.....</b>	<b>471</b>
<b>Quadro 110.....</b>	<b>488</b>
<b>Quadro 111.....</b>	<b>489</b>
<b>Quadro 112.....</b>	<b>489</b>
<b>Quadro 113.....</b>	<b>490</b>
<b>Quadro 114.....</b>	<b>498</b>
<b>Quadro 115.....</b>	<b>502</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 .....	97
Gráfico 2 .....	97
Gráfico 3 .....	136
Gráfico 4 .....	137
Gráfico 5 .....	139
Gráfico 6 .....	141
Gráfico 7 .....	148
Gráfico 8 .....	158
Gráfico 9 .....	159
Gráfico 10 .....	160
Gráfico 11 .....	161
Gráfico 12 .....	162
Gráfico 13 .....	163
Gráfico 14 .....	165
Gráfico 15 .....	167
Gráfico 16 .....	170
Gráfico 17 .....	219
Gráfico 18 .....	221
Gráfico 19 .....	222
Gráfico 20 .....	224
Gráfico 21 .....	225
Gráfico 22 .....	227
Gráfico 23 .....	228

<b>Gráfico 24</b> .....	<b>230</b>
<b>Gráfico 25</b> .....	<b>231</b>
<b>Gráfico 26</b> .....	<b>236</b>
<b>Gráfico 27</b> .....	<b>237</b>
<b>Gráfico 28</b> .....	<b>238</b>
<b>Gráfico 29</b> .....	<b>239</b>
<b>Gráfico 30</b> .....	<b>245</b>
<b>Gráfico 31</b> .....	<b>246</b>
<b>Gráfico 32</b> .....	<b>248</b>
<b>Gráfico 33</b> .....	<b>249</b>
<b>Gráfico 34</b> .....	<b>251</b>
<b>Gráfico 35</b> .....	<b>252</b>
<b>Gráfico 36</b> .....	<b>253</b>
<b>Gráfico 37</b> .....	<b>258</b>
<b>Gráfico 38</b> .....	<b>260</b>
<b>Gráfico 39</b> .....	<b>262</b>
<b>Gráfico 40</b> .....	<b>263</b>
<b>Gráfico 41</b> .....	<b>264</b>
<b>Gráfico 42</b> .....	<b>265</b>
<b>Gráfico 43</b> .....	<b>277</b>
<b>Gráfico 44</b> .....	<b>278</b>
<b>Gráfico 45</b> .....	<b>278</b>
<b>Gráfico 46</b> .....	<b>279</b>
<b>Gráfico 47</b> .....	<b>280</b>
<b>Gráfico 48</b> .....	<b>280</b>
<b>Gráfico 49</b> .....	<b>280</b>
<b>Gráfico 50</b> .....	<b>282</b>

<b>Gráfico 51</b> .....	<b>283</b>
<b>Gráfico 52</b> .....	<b>284</b>
<b>Gráfico 53</b> .....	<b>285</b>
<b>Gráfico 54</b> .....	<b>285</b>
<b>Gráfico 55</b> .....	<b>300</b>
<b>Gráfico 56</b> .....	<b>302</b>
<b>Gráfico 57</b> .....	<b>303</b>
<b>Gráfico 58</b> .....	<b>304</b>
<b>Gráfico 59</b> .....	<b>305</b>
<b>Gráfico 60</b> .....	<b>306</b>
<b>Gráfico 61</b> .....	<b>312</b>
<b>Gráfico 62</b> .....	<b>314</b>
<b>Gráfico 63</b> .....	<b>315</b>
<b>Gráfico 64</b> .....	<b>316</b>
<b>Gráfico 65</b> .....	<b>317</b>
<b>Gráfico 66</b> .....	<b>318</b>
<b>Gráfico 67</b> .....	<b>323</b>
<b>Gráfico 68</b> .....	<b>325</b>
<b>Gráfico 69</b> .....	<b>326</b>
<b>Gráfico 70</b> .....	<b>328</b>
<b>Gráfico 71</b> .....	<b>361</b>
<b>Gráfico 72</b> .....	<b>363</b>
<b>Gráfico 73</b> .....	<b>365</b>
<b>Gráfico 74</b> .....	<b>367</b>
<b>Gráfico 75</b> .....	<b>369</b>
<b>Gráfico 76</b> .....	<b>370</b>
<b>Gráfico 77</b> .....	<b>404</b>

<b>Gráfico 78</b> .....	<b>406</b>
<b>Gráfico 79</b> .....	<b>407</b>
<b>Gráfico 80</b> .....	<b>410</b>
<b>Gráfico 81</b> .....	<b>413</b>
<b>Gráfico 82</b> .....	<b>415</b>
<b>Gráfico 83</b> .....	<b>433</b>
<b>Gráfico 84</b> .....	<b>435</b>
<b>Gráfico 85</b> .....	<b>439</b>
<b>Gráfico 86</b> .....	<b>441</b>
<b>Gráfico 87</b> .....	<b>445</b>
<b>Gráfico 88</b> .....	<b>447</b>
<b>Gráfico 89</b> .....	<b>449</b>
<b>Gráfico 90</b> .....	<b>494</b>
<b>Gráfico 91</b> .....	<b>494</b>
<b>Gráfico 92</b> .....	<b>495</b>
<b>Gráfico 93</b> .....	<b>496</b>

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	17
<b>1ª PARTE</b>	
<b>1 METODOLOGIA.....</b>	<b>30</b>
1.1 MATERIAIS E MÉTODOS.....	31
1.2 A ROTINA INVESTIGATIVA.....	32
<b>2 CONTEXTO .....</b>	<b>44</b>
2.1 INTRODUÇÃO .....	45
2.1.1 O Estado da Arte .....	45
2.2 CONTEXTO HISTÓRICO .....	49
2.2.1 A TV no Brasil e o espaço da narrativa cinematográfica .....	49
2.2.2 A Exibição de filmes Brasileiros na TV .....	62
<b>3 MARCO TEÓRICO: A COMUNICAÇÃO COMO MERCADO.....</b>	<b>67</b>
3.1 INTRODUÇÃO .....	68
3.2 UMA NOVA ORDEM TECNOLÓGICA .....	76
3.3 MUDANÇAS NOS CAMPOS TÉCNICO, ECONÔMICO E POLÍTICO.....	78
3.4 NOVAS COMUNICABILIDADES E RELACIONAMENTOS.....	82
3.5 A QUESTÃO DE GÊNERO EM MEIO À NOVA ORDEM TECNOLÓGICA.....	83
<b>4 AS TVS ABERTAS .....</b>	<b>91</b>
4.1 INTRODUÇÃO .....	92
4.2 FAMÍLIAS DO SETOR DE RÁDIO E TV .....	95
4.3 FAMÍLIAS QUE ATUAM (PRINCIPALMENTE) NA MÍDIA IMPRESSA.....	95
4.4 FATURAMENTO .....	100
4.5 SOBRE A EVOLUÇÃO DAS AUDIÊNCIAS .....	103
4.6 AS TVS RELIGIOSAS .....	106
4.7 AS TVS PÚBLICAS .....	111
4.8 ESPECTRO TELEVISIVO.....	119
4.9 MODOS DE OPERAÇÃO NO ESPECTRO DE TV ABERTAS.....	120
4.10 QUADRO DAS EMISSORAS POR REGIÃO .....	121
<b>5 AS TVS POR ASSINATURA.....</b>	<b>132</b>
5.1 INTRODUÇÃO .....	133
5.2 PROGRAMAÇÃO NACIONAL .....	144
5.3 PRODUÇÃO NACIONAL DOS CANAIS ERÓTICOS.....	146
5.4 PRODUÇÃO NACIONAL NAS TVAS.....	147
5.5 SOBRE A EXIBIÇÃO DE FILMES NACIONAIS.....	150
5.6 PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO.....	154
5.7 VARIÁVEL: FILMES NACIONAIS E REPETIÇÕES.....	158

<b>5.8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>167</b>
--------------------------------------	------------

## **2ª PARTE**

<b>RELATÓRIO REGIÃO NORTE .....</b>	<b>172</b>
<b>1.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>173</b>
<b>1.2 PANORAMA .....</b>	<b>174</b>
<b>1.3 ANÁLISE DAS EMISSORAS.....</b>	<b>176</b>
<b>1.3.1 Acre.....</b>	<b>176</b>
<b>1.3.2 Amapá.....</b>	<b>179</b>
<b>1.3.3 Amazonas .....</b>	<b>182</b>
<b>1.3.4 Pará.....</b>	<b>186</b>
<b>1.3.5 Rondônia .....</b>	<b>190</b>
<b>1.3.6 Roraima .....</b>	<b>192</b>
<b>1.3.7 Tocantins .....</b>	<b>195</b>
<b>1.4 ANÁLISE DE CINEMA .....</b>	<b>198</b>
<b>1.5 DESCRIÇÃO SUMÁRIA DAS EMISSORAS .....</b>	<b>200</b>
<b>REGIÃO CENTRO OESTE .....</b>	<b>207</b>
<b>2.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>208</b>
<b>2.2 PANORAMA TELEVISIVO .....</b>	<b>209</b>
<b>2.3 APRESENTAÇÃO DAS EMISSORAS .....</b>	<b>216</b>
<b>2.3.1 Distrito Federal.....</b>	<b>216</b>
<b>2.3.2 Goiás .....</b>	<b>234</b>
<b>2.3.3 Mato Grosso do Sul .....</b>	<b>242</b>
<b>2.4 APRESENTAÇÃO DAS TV CENTRO- OESTE.....</b>	<b>268</b>
<b>REGIÃO NORDESTE .....</b>	<b>273</b>
<b>3.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>274</b>
<b>3.2 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO LOCAL .....</b>	<b>277</b>
<b>3.3 A TV SEGMENTADA NO NORDESTE .....</b>	<b>286</b>
<b>3.4 PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NO NORDESTE .....</b>	<b>289</b>
<b>3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>292</b>
<b>3.6 APRESENTAÇÃO DAS TVS REGIÃO NORDESTE .....</b>	<b>293</b>
<b>REGIÃO SUL .....</b>	<b>296</b>
<b>4.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>297</b>
<b>4.2 RIO GRANDE DO SUL .....</b>	<b>299</b>
<b>4.3 SANTA CATARINA .....</b>	<b>313</b>
<b>4.4 PARANÁ .....</b>	<b>320</b>
<b>4.5 ANÁLISE CINEMA DA REGIÃO SUL.....</b>	<b>328</b>
<b>4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>341</b>
<b>4.7 APRESENTAÇÃO DAS TVS REGIÃO SUL .....</b>	<b>342</b>
<b>REGIÃO SUDESTE.....</b>	<b>355</b>
<b>5.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>356</b>
<b>5.2 MINAS GERAIS .....</b>	<b>357</b>
<b>5.2.1 Introdução .....</b>	<b>359</b>
<b>5.2.2 Apresentação das Emissoras Estudadas .....</b>	<b>387</b>



5.2.3 Considerações Finais .....	401
5.3 ESPÍRITO SANTO .....	402
5.3.1 Panorama .....	423
5.3.2 Considerações finais .....	425
5.3.2 Lista de TVs Abertas e por Assinatura .....	429
5.4 RIO DE JANEIRO .....	429
5.4.1 Introdução .....	431
5.4.2 Estudo das Emissoras cariocas .....	451
5.4.3 Considerações Finais .....	463
5.4.4 Experiências Cinematográficas nas Universidades Cariocas .....	468
5.4.5 Curso de Cinema Universidade Estácio de Sá .....	473
5.4.6 Apresentação Das Tvs Rj .....	487
5.5 SÃO PAULO .....	487
5.5.1 Introdução .....	490
5.5.2 Cidade de S.Paulo - Análise da programação da TV aberta VHF e UHF .....	495
5.5.3 Perfil Das Tvs Abertas Vhf E Uhf Da Cidade De S.Paulo - Cidade de S.Paulo - Análise da programação da TV por assinatura .....	497
5.5.4 Perfil Das Tvs Pagas Da Cidade De S.Paulo .....	498
5.5.5 Considerações Sobre Cinema .....	503
5.5.6 Categoria Produção .....	503
5.5.7 Categoria Finalização .....	504
5.5.8 Categoria Comercialização .....	505
5.5.9 Considerações Finais .....	508
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	523
REFERÊNCIAS .....	539
ANEXOS .....	557

# **Introdução**

**A identidade é uma construção que se narra.**

**Nestor Garcia Canclini**

Passados 55 anos de existência da televisão no Brasil, pela primeira vez um grupo de pesquisadores ligados a linha teórica da Economia Política da Comunicação e dos Estudos Culturais Críticos realiza – a convite do Governo Federal – uma cartografia da produção audiovisual brasileira na rubrica produtos culturais de entretenimento para TV aberta e por assinatura.

Neste percurso, adotamos o ofício de cartógrafos<sup>1</sup> da comunicação para mapear os produtos audiovisuais brasileiros veiculados em 2005. Sabemos que a cartografia não determina uma metodologia, mas " (...) propõe uma discussão metodológica que se utiliza na medida que ocorrem encontros entre sujeito e objeto em uma perspectiva de acolher a vida em seus momentos de expansão" (KIRST, GIACOMEL, 2003:91).

Justifica-se a composição de técnicas de investigação, como o fizeram Caparelli e Lima (2004), para que seja contemplada a complexidade do objeto estudado, observadas as mudanças em processo e pensadas estratégias futuras capazes de corrigir distorções encontradas. Desse modo, servimo-nos das ferramentas analíticas da Economia Política da Comunicação, por sua abordagem macro-estrutural sobre a mídia e a produção audiovisual, bem como sobre a concentração dos meios de comunicação em um cenário midiático capitalista. Para além dela, no entanto, são necessárias outras abordagens, como as que dizem respeito à cultura aí implicadas- daí o recurso aos Estudos Culturais Críticos .

Segundo Jesus Martín-Barbero, a TV contemporânea nos mostra uma nova cartografia da sociedade, o que exige uma igualmente inédita análise, que não se restrinja à dimensão

---

<sup>1</sup> O pesquisador Jesús Martín-Barbero trata em seu último livro sobre os "Ofícios do Cartógrafo".

política ou econômica. Diante de tais mudanças, e preciso incluir variáveis sócio-culturais, entre as quais o receptor desempenha papel fundamental.

Esta pesquisa, que se pretende ampla e transdisciplinar<sup>2</sup>, situa-se no **campo da análise da produção** dos produtos audiovisuais de entretenimento realizados no Brasil e divulgados nas TVs abertas e por assinatura em 2005, tendo como fonte primária os principais jornais do país, seja na versão impressa ou *on line*.

De acordo com a legislação brasileira, o **termo audiovisual** é amplo o suficiente para abarcar produtos realizados para o cinema e para TV. Trata-se de “produto de fixação ou transmissão de imagem com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento independentemente dos processos de captação, dos meios utilizados para a sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão do produto” (BRASIL, 2004e).

Tal definição vale para cinema, televisão (por assinatura ou aberta) e rádio. No entanto, dada as possibilidades deste projeto e o tempo exíguo para executá-lo, a área de rádio (AM e FM) ficou fora deste *primeiro mapeamento da produção audiovisual brasileira*, mas esperamos que o projeto possa ter continuidade para oferecer a cartografia da produção de rádio AM e FM no Brasil, um estudo até então inédito no país.

A partir dessa compreensão, o presente relatório contém o levantamento da produção audiovisual brasileira abarcando as cinco regiões do país (Norte, Nordeste, Sul, Sudeste e

---

<sup>2</sup> É concebida aqui como a integração dos saberes. A transdisciplinaridade é vista como multidimensional, multireferencial, oferecendo diferentes percepções da realidade, ou seja, permite uma percepção mais ampliada, mais unificadora do mundo. Isto porque a transdisciplinaridade diz respeito à dinâmica dos diferentes níveis de realidade e de pontos de vista sobre um objeto ou fato social. Como bem diz a Carta da Transdisciplinaridade (1994) exige o conhecimento de si de do outro, respeitando as diferenças e os diferentes olhares, pois não é apenas um método, mas um modo de ser, uma postura perante o mundo.

Centro-Oeste) nas áreas de TV (aberta e por assinatura) e cinema, realizando levantamento e analisando a produção em cada região no ano de 2005. Neste trabalho nos interessou conhecer a produção nacional em rede e também a produção de emissoras independentes, com ênfase na produção local das TVs abertas e por assinatura. No caso do cinema, a opção analítica recaiu particularmente sobre a visibilidade dada à produção nacional pelas TVs abertas e por assinatura e o que foi produzido (ou estava em fase de finalização) em 2005 nas diferentes regiões, sejam documentários ou produtos de ficção.

Ter domínio sobre o que é produzido no campo audiovisual brasileiro e o que é apresentado ao público é estratégico para o estabelecimento de políticas públicas e para garantir o estado democrático e a regulação do setor. Mas outras razões podem ser apontadas. Uma delas é a abrangência do setor na economia nacional.

O mercado de TV aberta no Brasil é de US\$ 3 bilhões anuais, quantia que é dividida entre seis redes privadas nacionais - Globo, SBT, Bandeirantes, Record, CNT e Rede TV (ex-Manchete). Elas possuem 138 grupos afiliados e controlam 668 veículos, entre TVs abertas e por assinatura, rádios AM e FM, jornais e revistas impressos e *on line*, editoras, agências de notícias, portais de Internet, empresas de vídeo, produtoras e empresas discográficas. Como se fosse pouco, possuem uma programação<sup>3</sup> de 24 horas dirigida para toda população brasileira e a característica de fazer um corte vertical pelos diferentes grupos sociais, garantindo uma audiência da classe AA à classe DD.

---

<sup>3</sup> A programação é aqui concebida como o faz Aronchi: como um conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão, onde o principal elemento é o horário de transmissão de cada programa. A programação pode ser horizontal, como acontece nas TVs abertas, que estipulam um horário fixo para determinado gênero todos os dias da semana (ex. telenovelas) ou pode ser vertical. Já as TVs por assinatura usam programação diagonal e vertical, ou seja os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados – chamados horários alternativos - para dar audiência em vários horários.

A maioria da população, principalmente aquela com poucas condições financeiras para desfrutar e/ou pagar outras opções de lazer, tem na TV sua principal distração. De acordo com dados do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM), em agosto de 2005 os brasileiros viam 3,5 horas de TV por dia, sendo que 81% da população o fazia todos os dias.

Outro motivo para este mapeamento, tão importante quanto o primeiro, é que seu conteúdo contribui fortemente para a construção das identidades, para a construção do conhecimento e para a formação do imaginário social dos brasileiros sobre si mesmos e sobre a nação.

Sabe-se que a mídia mostra o seu ponto de vista sobre a realidade e sobre o mundo, colaborando na conformação da realidade social, incidindo sobre a conduta de cada cidadão e, em decorrência, sobre as representações e o desenvolvimento do país. Na sociedade contemporânea, há uma forte tendência para que a mídia torne-se o principal espaço de socialização, conforme assinalam Braga e Calazans (Braga e Calazans, 2001). Isso ocorre particularmente em países como o Brasil, onde mais de 90% da população tem na mídia sua principal (e às vezes única) fonte de informação e lazer (CASTRO, 2004, 2005).

Neste estudo consideramos que o audiovisual se trata de um produto diferenciado. Isso torna cada vez mais imprescindível seu mapeamento já que é grande sua influência naquilo que os cidadãos conhecem sobre si próprios e sobre a sociedade em que vivem (ORTIZ, 1994).

Sobre a questão das identidades culturais, vale lembrar também o pensamento de outros dois pesquisadores da América Latina, preocupados com essa questão. O primeiro é Jesus

Martín-Barbero, que compreende os meios de comunicação como lugar de construção de identidades, além de ser um espaço de mediação social marcado por modernidades e descontinuidades.

O segundo é Nestor Garcia Canclini. O pesquisador argentino que adotou o México para viver e trabalhar, entende a identidade como uma narrativa que se constrói; um relato reconstruído incessantemente e não uma essência dada por uma vez e em forma definitiva. Por isso, mais uma vez ressaltamos a importância do estudo da produção audiovisual brasileira e o seu mapeamento nacional.

Outros motivos podem ser apontados para justificar o desenvolvimento deste projeto de caráter quali-quantitativo que se constituirá no *primeiro mapa da produção audiovisual brasileira* por abranger as TVs abertas e por assinatura:

- Um deles é o predomínio de grupos midiáticos internacionais no controle da mídia brasileira. Analisando a mídia mundial, percebe-se que os grandes impérios, como a *Time Warner* e a *News Corporation*, tentam determinar o que deve ser posto em evidência nos países onde atuam. E isso acaba atingindo o conteúdo da programação. Um risco é que a cultura e os interesses dos países desenvolvidos sejam postos em evidência e que o estímulo e visibilidade da cultura local e/ou regional seja reduzida. Este estudo poderá dar um panorama atualizado da produção audiovisual nas diferentes regiões do país, dando subsídios para a definição de políticas públicas para o setor;

- No Brasil, assim como na maior parte do mundo, há um privilégio de exibição de filmes norte-americanos nos cinemas (e na TV). Diante disso, o indicador de ocupação de salas por produtos internacionais, no território nacional, chega a 65%, segundo dados de 2004. Este estudo poderá colaborar para identificar as diferenças regionais e os níveis de produção local;
- Na televisão aberta, as realizações audiovisuais nacionais sobrepõem-se, mas, na TV por assinatura, há uma predominância de canais que transmitem direto dos EUA, embora empresas norte-americanas como HBO ou a FOX tenham anunciado recentemente (FSP, 31/10/05) o investimento na co-produção de séries nacionais. Um estudo atualizado poderá determinar os percentuais de produção realizadas em parcerias, de produção nacional e de produção internacional, já que dados de 2002 da Associação Brasileira das TVs por Assinatura (ABTVA) apontavam que apenas 5% dos conteúdos audiovisuais apresentados eram nacionais.
- Apenas três grupos familiares nacionais estão em quase 100% do território brasileiro<sup>4</sup>. É possível observar ainda que os grupos regionais estão em mãos de famílias de políticos ou possuem parceria com as principais redes de TV dominando

---

<sup>4</sup> No caso da Rede Brasil (RBS), sua programação televisiva só não atinge 0,3% dos domicílios com televisão nos Estados de Rio Grande do Sul e Santa Catarina; considerando que a Organização Jaime Câmara atinge 180 municípios com a TV Anhangüera, isso implica que ela só não se faz presente em 66 municípios dos 246 do Estado de Goiás; a Rede Amazônica de Rádio e Televisão ainda não conseguiu levar sua programação, por enquanto, a 47 municípios dos 167, ou seja: a quatro do Amazonas, 29 de Rondônia, nove do Amapá, dois do Acre e três de Roraima; no caso do Grupo Zahran, como atua em 190 municípios, ele só não conquistou 26 dos 216 de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul; e no caso do Grupo Edson Queiróz, com a TV Verdes Mares, faltam-lhe somente 8% do Ceará para serem conquistados. Dados obtidos em artigo de Eula Cabral (2005).



mais de 70% dos locais onde atuam<sup>5</sup>. Isso significa que eles têm uma grande influência política e cultural nos lugares onde atuam. A análise da produção audiovisual brasileira poderá comprovar que tipo de produção está sendo realizada pelos grupos regionais, assim como o espaço oferecido a valorização e visibilidade da cultura local, seja no âmbito da TV ou do cinema.

- A mudança na legislação em dezembro de 2002 que permitiu o crescimento do número de empresas pertencentes a grupos religiosos. Como observaram Caparelli e Lima (2004), só a Rede Record, por exemplo, tem 79 emissoras de TV. Aliás, a Record anunciou em 2005 o interesse de concorrer com a Rede Globo na área de produção ficcional e, para isso, já contratou equipe de profissionais (atores, diretores e equipe técnica completa: câmeras, iluminadores, produtores e diretor de fotografia) todos vindos da Rede Globo. O presente estudo poderá demonstrar também o papel das empresas religiosas na produção audiovisual brasileira.

Este trabalho inspira-se em pesquisas já realizadas no Brasil, as quais citamos na condição de precursoras no final dos anos 70 e começo dos 80, respectivamente, José Marques de Melo<sup>6</sup> e Sérgio Caparelli<sup>7</sup>. Eles apresentaram uma metodologia de análise de uma semana da programação em horas semanais e porcentagem, separando as categorias e gêneros

---

<sup>5</sup> Em 2001, Bayma detectou que dentre os maiores beneficiados da distribuição de concessões de radiodifusão destacava-se em primeiro lugar, a família do ex-presidente José Sarney, tendo, em nome de parentes, 39 concessões de rádios e TVs em cinco cidades do Maranhão. Em segundo, aparecia a família de Roberto Marinho como titular de 27 concessões de rádio e TV em 13 cidades. Depois, estava o grupo Saad, da TV Bandeirantes, com 18 concessões, mesmo número de Edir Macedo, da Rede Record, e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) com cinco concessões.

<sup>6</sup> Sobre o tema, ver Marques de Melo em *Para uma Leitura Crítica da Comunicação*. O autor assina, também, extensa bibliografia sobre a produção em comunicação social no Brasil, em uma perspectiva bio-bibliográfica e teórico-analítica.

<sup>7</sup> Sobre o tema ver, *Televisão e Capitalismo no Brasil*.

dos programas. Na década de 90, mais especificamente em 1996, Sandra Reimão<sup>8</sup> e um grupo de pesquisadores em São Paulo utilizou a mesma metodologia para realizar a análise da programação durante o período de 1965-1995, com o objetivo de estudar as tendências dos gêneros na TV brasileira.

Além deles, podemos destacar os trabalhos de César Bolaño<sup>9</sup> (1988) - um dos coordenadores regionais desta pesquisa - e José Carlos Aronchi (2004), coordenador do presente estudo no Estado de São Paulo. Enquanto Bolaño destacou-se pela preocupação com a articulação entre Economia e Política para mostrar a concentração da mídia televisiva, organizando uma teoria televisiva, Aronchi<sup>10</sup> realizou o primeiro manual sobre gêneros e formatos de TV, a partir de estudo da programação das principais rede de TV abertas de caráter privado elaborado em 1996.

Finalmente, em 2005 os pesquisadores Antonio de Andrade e Sandra Reimão<sup>11</sup> estudaram as correlações entre televisão e cinema brasileiro no período de 1980 a 2000. O levantamento da presença do cinema brasileiro, especialmente longas-metragens de ficção na programação da televisão aberta nos últimos 21 anos tem a única ressalva de restringir a pesquisa ao Jornal da Tarde (SP), mas colaborou para dar subsídios a este estudo. Principalmente porque revela dados estarrecedores: em 21 anos, houve um total de 1957 transmissões de filmes nas principais TVs abertas, contudo a inserção de filmes brasileiros não passou da casa das 140 exibições por ano.

---

<sup>8</sup> Sobre o tema ver, *Em Instantes - Notas sobre a programação da TV Brasileira (1965-1995)*.

<sup>9</sup> Sobre o tema ver *O Mercado Brasileiro de Televisão*

<sup>10</sup> Sobre o tema ver *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*.

<sup>11</sup> Sobre o tema ver *A transmissão de filmes brasileiros na TV aberta nacional (1980-2000)*.

A produção audiovisual cinematográfica aparece neste estudo de forma transversal, já que o projeto trata da produção audiovisual de programas de entretenimento em TVs abertas e por assinatura, onde incluímos a categoria analítica filmes. Afinal, o cinema faz parte do leque das produções audiovisuais brasileiras, seja na forma de ficção ou de documentários, através de longas ou curtas-metragens. Buscamos neste estudo observar o aproveitamento da produção nacional cinematográfica nacional por parte das TVs abertas e por assinatura, além de mapear o que tem sido produzido ou estava em fase de produção em 2005. Este levantamento de 2005 poderá colaborar com futuros estudos de mapeamento dessa mesma produção, para descobrir se as obras chegaram a ser divulgada nas TVs abertas e por assinatura ou se chegaram às salas de cinema comerciais. Também colabora no sentido de mostrar o esforço dos realizadores audiovisuais para dar viabilidade financeira e visibilidade às suas obras.

No que diz respeito ao estudo das TVs por assinatura os dados não são nada animadores. Entre os canais da NET, único com “responsabilidade” de mostrar a produção cinematográfica brasileira é o Canal Brasil, limitado aos assinantes do pacote Premium da NET. Como se não bastasse, em levantamento realizado durante quatro meses<sup>12</sup> nos canais da NET - operadora que possui 60% dos assinantes brasileiros – apenas 7,4% dos mais de 6 mil filmes apresentados eram longas-metragens nacionais.

O presente estudo também levou em conta o Estado da Arte nos estudos sobre a produção audiovisual brasileira nas cinco regiões para traçar a cartografia nacional do setor em 2005, pois consideramos que para compreender o presente e pensar estratégias para o

---

<sup>12</sup> (jan e fev – novembro e dezembro/2005)

futuro precisamos observar o passado e os caminhos trilhados até então, seja na definição de políticas públicas ou nas escolhas teóricas do campo acadêmico.

O trabalho foi separado em duas partes. A primeira parte do relatório possui um teor mais teórico, onde é apresentada a metodologia e o contexto em que se desenvolve a produção audiovisual no Brasil, assim como o marco teórico, baseado na Economia Política da Comunicação e nos Estudos Culturais Críticos, onde discutimos rapidamente a influência da globalização da economia e da mundialização da cultura no desenvolvimento das empresas de comunicação do país. Ainda na primeira parte deste relatório apresentamos um rápido panorama das TVs abertas e das TVs por assinatura (TVAs).

Na segunda parte do relatório, continuamos o trabalho cartográfico, agora região por região, para conhecer a produção audiovisual brasileira na rubrica entretenimento em 2005. E incluímos no final do estudo alguns anexos que podem colaborar para uma reflexão sobre temas que não tivemos tempo para abordar com mais profundidade. Este é o caso das TVs Comunitárias, relatada pelo pesquisador Álvaro Benevenuto Jr., das universidades como espaço de fomento a novos profissionais e à realização audiovisual, comentado pela pesquisadora Patrícia Saldanha, ou ainda da TV Legislativa de Minas como experiência cidadã, reportado pelo pesquisador Leonardo Vidigal.

Finalmente, aproveitamos o levantamento jornalístico realizado pela revista Meio & Mensagem em 1999 sobre a produção local das principais emissoras de TV abertas comerciais do país. A partir desta fonte primária, fizemos um estudo comparativo entre a produção local daquele período e a produção local das emissoras localizadas nas capitais brasileiras na rubrica formatos de entretenimento. Tal comparação nos permitiu visualizar o

que mudou no cenário televisivo brasileiro em termos de produção local nos últimos seis anos (1999-2005).

Temos consciência de que as definições para o audiovisual, sejam voltados para o cinema e para a TV (ou para as possibilidades que advém da convergência tecnológica) estão diretamente ligadas à soberania nacional, já que os conteúdos divulgados colaboram na formação de valores e sobre o que os brasileiros pensam a respeito de si mesmos e do mundo. Para além do âmbito simbólico, trata-se também de um setor importante da economia nacional que, num futuro próximo, não poderá restringir-se ao cinema, as TVs aberta e por assinatura ou ao rádio, mas deverá ser pensada de forma convergente com os celulares, Internet e demais tecnologias digitais, como o Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD).

# **1ª Parte**

# Metodologia

**A diferença entre um pesquisador e um mero coletador de informações é justamente que o pesquisador tem, pelo menos, uma noção de aonde que ir. Noção que não é definitiva e pode modificar-se.**

**Guillermo Orozco, 1996.**

## 1.1 MATERIAIS E MÉTODOS

Para atingir os objetivos empíricos propostos nesta investigação - repertoriar a programação brasileira das TVs abertas e por assinatura, bem como a produção nacional de cinema iniciada ou finalizada no ano de 2005 - foi necessário construir uma estratégia de busca composta por várias ferramentas.

Partiu-se de uma base documental, tendo como corpus analítico jornais, revistas e páginas web, publicadas no período de abrangência da pesquisa - o ano de 2005 - nas regiões enfocadas. Os dados foram complementados por meio de entrevistas, realizadas por telefone, e-mail ou pessoalmente.

Em paralelo, procedemos a estudos descritivos e comparativos, assim como a consultas em base de dados históricos e literários, com a finalidade de contextualizar a televisão e o cinema brasileiro, em seus aspectos sociais, econômicos e culturais. Entre os documentados estudados estavam as revistas *Meio & Mensagem*, *Tela Viva on line*, boletim do *FNDC on line*, assim como a revista científica *Sinopse*, especializada em cinema, além da bibliografia citada.

Buscamos inspiração no método cartográfico em vários momentos do trajeto metodológico: na escuta às empresas, instituições e associações; no constante diálogo da equipe de pesquisa (em geral realizado por e-mail ou telefone), na construção da intervenção pautada na valorização da produção audiovisual nacional e regional, assim como na



valorização de todos os elementos que emergiram a partir da intervenção, na construção simultânea da ferramenta e do mapa. Fonseca e Kirst (2003:12) ressaltam que, na cartografia, "os procedimentos metodológicos sustentam-se no paradigma ético-estético onde não se dissocia sujeito-objeto, e o conhecimento também é auto-conhecimento, onde pesquisador e objeto são entes que formam uma unidade a partir de desejo e implicação".

Sabemos que a cartografia não determina uma metodologia, mas "propõe uma discussão metodológica que se utiliza na medida que ocorrem encontros entre sujeito e objeto em uma perspectiva de acolher a vida em seus momentos de expansão" (KIRST, GIACOMEL, 2003:91). No caso específico deste estudo, ocorre ao misturar técnicas, instrumentos de pesquisas e abordagens teóricas, já que levamos em consideração, como o fizeram Caparelli e Lima (2004) que a Economia Política da Comunicação é uma importante abordagem para os estudos macro-estruturais sobre a mídia, a concentração dos meios e a produção audiovisual, mas para além dela, são necessárias outras abordagens, como as que dizem respeito à questão cultural, para dar conta da complexidade do objeto estudado, das mudanças que estamos passando, assim como para pensar estratégias para o futuro.

## 1.2 A ROTINA INVESTIGATIVA

O trabalho foi separado em **duas partes**: na primeira, a equipe de pesquisadores e seus bolsistas realizou um **estudo qualitativo** da produção audiovisual brasileira nas TVs abertas e por assinatura comerciais, educativas, comunitárias e legislativas. Na segunda parte foi realizado **estudo quantitativo** da produção de programas de entretenimento e de filmes nacionais de ficção e documentários iniciados ou finalizados em 2005, a partir dos dados fornecidos pelas diferentes instituições do setor.

Realizamos um estudo de caso sobre programas de entretenimento a partir da análise da semana de **05 a 11 de dezembro de 2005** das grades de programação<sup>13</sup> em todas as capitais brasileiras – para conhecer quanto dessa produção tem visibilidade nas TVs abertas e o que representa em termos percentuais com relação ao total da programação.

O estudo de caso (PIÑUEL, GAITAN, 1995) é um método capaz de conjugar um amplo espectro de aportes, como os documentos, as evidências históricas, a observação direta e também a comparação. Isso ocorre, lembra Guillermo Orozco (1996) porque os objetos científicos não estão dados. Eles são construídos pelo(s) pesquisador (es) e compreendidos a partir da ação e do esforço de dar-lhe sentido.

A proposta de incluir a metodologia qualitativa obedece a três critérios importantes (OROZCO, 1996):

- a certeza de que não existe uma única realidade a ser pesquisada e que cada observador cria a realidade tomando parte do processo de pesquisa;
- a segurança de que nós, seres humanos, somos diferentes e não se pode generalizar e criar regras gerais para os grupos, principalmente quando se deseja conhecer a pluralidade cultural da produção feita para TV e cinema no Brasil;

---

<sup>13</sup> As grades de programação são previamente estipuladas e divulgadas pelas emissoras desde o início da programação até o seu final durante uma semana. A essa distribuição dos programas em horários chama-se grade de programação ou ainda grade horária semanal. Ela é o resultado das pesquisas de audiência das emissoras. Elas podem variar de país para país, de acordo com os costumes, nível econômico, cultural e educativo. Embora as emissoras brasileiras tenham definido a grade horária há décadas há mudanças importantes que vem ocorrendo na luta pela audiência, como os diferentes horários de telejornais nas TVs abertas para não concorrer com o Jornal Nacional, que até hoje continua líder de audiência. Ou o caso de programas infantis sendo apresentados a noite pelo SBT.

- porque desejamos obter um estudo amplo e, ao mesmo tempo, aprofundado.

O estudo qualitativo de uma semana da grade de programação<sup>14</sup> das emissoras abertas foi realizado nas capitais brasileiras e teve como fonte primária de pesquisa o principal jornal impresso ou *on line* de cada estado. Ou seja, o estudo foi elaborado a partir das grades publicadas no principal jornal de cada Estado, cuja seleção obedeceu aos quesitos tiragem e reconhecimento do público. Também foram analisadas grades semanais a partir das páginas web de jornais, como aconteceu com a Gazeta do Povo, principal jornal do Paraná. Ou seja, nem sempre o que foi ao ar corresponde ao que foi publicado nos jornais por modificações de última hora nas emissoras.

Os jornais de maior tiragem são:

### **Região Sul**

- Rio Grande do Sul – Zero Hora (grupo RBS – afiliada Rede Globo)
- Santa Catarina – Diário Catarinense (grupo RBS - afiliada Rede Globo )
- Paraná – Gazeta do Povo (Rede Paranaense de Comunicação - RPC, afiliada Rede Globo )

### **Região Sudeste**

- São Paulo – O Estado de São Paulo (OESP)
- Rio de Janeiro – O Globo (Organizações Globo)

---

<sup>14</sup> A programação é aqui concebida como o faz Aronchi: como um conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão, onde o principal elemento é o horário de transmissão de cada programa. A programação pode ser horizontal, como acontece nas TVs abertas, que estipulam um horário fixo para determinado gênero todos os dias da semana (ex. telenovelas) ou pode ser vertical. Já as TVs por assinatura usam programação diagonal e vertical, ou seja os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados – chamados horários alternativos - para dar audiência em vários horários e também para fechar a grade de programação.

- Espírito Santo – A Tribuna (Grupo João Santos)
- Minas Gerais – O Estado de Minas (Grupo Diários Associados)

### **Região Centro Oeste**

- Goiás – Diário da Manhã (pertence a família Batista Custódio) e O Popular (mesmo grupo TV Anhanguera)
- Mato Grosso – Gazeta Digital (pertence ao Grupo Gazeta, proprietário da Rede Record) e Diário de Cuiabá
- Mato Grosso do Sul – Correio do Estado (pertence ao mesmo Grupo da TV Campo Grande)
- Distrito Federal – Correio Brasiliense (Grupo Diários Associados)

Na Região Norte e na Região Nordeste, onde a equipe de pesquisadores se encontrava em diferentes lugares do país, como foi o caso da Região Norte, Rio Grande do Sul e Amazonas, ou da Região Nordeste, que inclui nove estados, adotamos um procedimento excepcional. Depois de tentar adquirir exemplares de jornais diários das capitais (sem que isso tenha se concretizado, pois dependia da boa vontade dos trabalhadores dos jornais de cada Estado), decidimos buscar os dados diretamente nas páginas web das emissoras de TV. Também realizamos contatos via telefone e e-mail com as gerências de programação, realizando entrevistas com os responsáveis pela gestão de programação nas emissoras e solicitando a grade semanal do canal de TV durante o período estudado.

As entrevistas foram feitas a partir de um questionário fechado, inquirindo os atores sobre a inserção local de programas da categoria entretenimento na grade diária da emissora, durante a semana de 05 a 11 de dezembro de 2005.

Com relação às técnicas de investigação, gostaríamos de começar comentando as **consultas de base histórica** que colaboraram para elaborar o marco teórico do trabalho, além do **papel do contexto** na elaboração do trabalho final. O contexto tem um papel relevante, pois nos ajuda a compreender o presente sem esquecer o passado. Também nos ajuda a levar em consideração que as instituições, sejam elas governos ou empresas, e os meios de comunicação não são neutros; eles possuem uma cota de poder e autoridade que exercem ao manifestar-se e colocar diariamente no ar um ou outro tipo de conteúdo, de discurso jornalístico; ao exibir programas sobre realidade ou sobre ficção.

A inclusão de **entrevistas fechadas** nos ajudaram a dar um panorama dos sete Estados que compõem a região Norte – Amazônia, Pará, Rondônia, Roraima, Acre, Amapá e Tocantins – e do Nordeste, que inclui os estados da Bahia, Sergipe, Pernambuco, Alagoas, Rio Grande do Norte, Maranhão, Piauí, Paraíba e Ceará – no que diz respeito a produção local de produtos audiovisuais de entretenimento.

O uso de entrevistas (por e-mail, por telefone ou pessoalmente) colaborou para formar a cartografia do audiovisual brasileiro em 2005 e também foi utilizada junto a Secretarias Municipais e Estaduais de Culturas, diferentes associações relacionadas ao audiovisual, universidades e/ou órgãos do governo. Sobre a entrevista, Piñuel e Gaitán (1995) vão dizer que sua principal vantagem é a riqueza de detalhes que pode aportar e sua precisão com relação a outros instrumentos metodológicos.

Durante a realização do trabalho, organizamos em categorias o que nos interessava conhecer para realizar o mapeamento da produção audiovisual brasileira. Para responder a pergunta sobre a quantidade de produção local e regional em comparação com a produção

cultural das cabeças-de-rede<sup>15</sup>, sejam elas comerciais ou educativas, buscamos conhecer os seguintes percentuais:

- produção local;
- produção em rede (no caso da TV)
- produção nacional/ internacional

Outro critério de análise adotado foi separar a produção audiovisual original dos chamados “*horários alternativos*”, que “engordam” a grade de programação das emissoras em alguns casos, até 25%, como ocorre com a RBS TV e o seu Canal Comunitário, no Rio Grande do Sul. Neste caso específico, pelo menos 20% programação é veiculada nas duas emissoras, uma no sistema aberto (RBS TV) e outra através do cabo (Canal Comunitário), mas são computadas como produção local original, particularmente no que diz respeito à categoria entretenimento e seus diferentes formatos.

Ainda no estudo de TVs abertas, organizamos três variáveis de análise:

- o percentual de programas locais dentro do número de programas levados ao ar a cada dia do estudo qualitativo de uma semana;
- o percentual de programas locais de entretenimento com relação ao total de programas locais produzidos;
- o percentual de programas reprisados em relação a produtos da categoria entretenimento.

---

<sup>15</sup> “Cabeça-de-rede” é a sede geradora de programação para todas as retransmissoras em outras cidades e Estados e que são ligadas ao mesmo grupo gerador.

A escolha da categoria entretenimento foi não casual. O Brasil encontra-se no segundo lugar mundial na produção de produtos culturais ficcionais, particularmente a telenovela, perdendo apenas para os EUA. No horário nobre há uma média de 85% de produtos brasileiros enquanto os EUA tem 100% de produção nacional neste horário (Apud REIMÃO, 2000:11). Algo que ocorre também em outros países, embora não em tão alto grau, como mostra estudo realizado pelo Laboratório Europeu de Ficção (2002): nos cinco maiores países do velho continente, o horário nobre é doméstico e os demais são predominantemente preenchidos com programas norte-americanos (BUONANNO, 2004).

Os programas de entretenimento foram os escolhidos para este estudo porque são os que apresentam maior índice de audiência no país. Basta observar as audiências das telenovelas, de *reality shows* como *Big Brother Brasil (BBB)* que já se encontra na sexta edição, de programas de auditórios (*talk shows*), como o programa do Ratinho, do Faustão ou um *late show* como o *Programa do Jô*. Acreditamos que a categoria entretenimento é a maneira que as indústrias culturais encontraram para reorganizar as identidades coletivas e as formas de diferenciação simbólica. Isso ocorre ao produzirem e darem visibilidade a formatos cada vez mais híbridos, que misturam ficção e realidade, fragilizam as demarcações entre culto e popular, o tradicional e o moderno, o próprio e o alheio.

Além disso, a categoria entretenimento foi escolhida porque é o espaço de produção audiovisual brasileiro que ainda não possui acompanhamento sistemático em termos de pesquisa acadêmica ou governamental, a não ser aquelas que dizem respeito à produção ou recepção de telenovelas, no caso de estudos televisivos. O entretenimento está incluído em toda e qualquer idéia de produção, sem exceção, lembra o manual de produção de programas

da *British Broadcasting Corporation* (BBC), de Londres. Segundo o manual, entreter não significa apenas sorrir ou cantar em frente à tela da TV. Vai muito mais além. Um programa de entretenimento pode ser interessante, surpreendente, divertido, chocante, estimulante ou ainda desafiar a audiência, despertando sua vontade de assisti-lo.

Os programas de entretenimento para TV englobam formatos de ficção ou realidade, ao vivo ou gravados, que podem contar (ou não) com a participação do público, seja ao vivo, pela Internet, por cartas, fax ou telefone. Sua função, em programas de ficção, de realidade ou da mescla entre ficção e realidade, é situar a audiência em relação aos diferentes programas, permitindo sua classificação em modelos e formatos reconhecíveis (CASTRO, 2003). É possível dizer ainda que, independente da categoria do programa, ele (o formato) *sempre* deve entreter. Por outro lado, *poderá também* informar ou educar, embora poucos pesquisadores reconheçam esse potencial nos conteúdos de entretenimento.

Hoje se pode afirmar que **não** há um *gênero* puro tanto na narrativa de ficção em TV, como na narrativa cinematográfica. Elas estão impregnadas de outras narrativas e também da realidade. Neste sentido, a noção de *gênero* é concebida aqui como o faz o pesquisador espanhol, Jesús Martín Barbero (1987), como uma mediação: como matriz cultural e estratégia de comunicabilidade constitutiva do meio e elemento essencial da expressão do público. Os formatos são as características gerais de um programa de televisão. Dentro de um mesmo gênero podem co-existir vários formatos, como veremos abaixo.

Nesta pesquisa, a **produção de entretenimento** foi dividida em:

- os programas de auditório;



- os *reality shows*;
- as telenovelas;
- os filmes (ficção e documentários) produzidos para TV;
- os filmes (ficção e documentários) produzidos para o cinema e mostrados na televisão;
- seriados;
- séries;
- os programas infantis;
- os desenhos animados nacionais;
- os *clips*;
- os programas musicais
- os programas de debates que não tenham caráter jornalístico (sobre cinema, por exemplo).
- humorísticos

Nos chamou atenção que, nas categorizações apresentadas por diferentes autores, os programas eróticos não apareçam nem sejam indicados em nenhum gênero. No entanto, nas TVs por assinatura, como é o caso de *Canal Adulto*, pertencente a Sat América Programadora, *Sexy TV*, da RJA Produções e Comunicações Artísticas, *For Man* e *Sex Hot*, ambos da Globosat, fazem parte do gênero erótico e produzem, segundo informações do Anuário Pay-TV 2006, entre 30 e 40% de produção nacional, seja ela de produção própria do canal, ou comprada de outras produtoras. Por isso, incluímos este item na apresentação da pesquisa, já que se refere a um mercado representativo da produção audiovisual nacional, como o foi a *pornochanchada* em seu tempo para o cinema brasileiro.

Os produtos realizados para o cinema também foram palco de análise deste trabalho que tem - é preciso reconhecer - como olhar primário a televisão. Neste caso, a produção cinematográfica é vista desde um olhar transversal. Nossa proposta foi analisar o quanto da produção nacional vem sendo exibida nas TVs abertas e por assinatura, a partir de um estudo quili-quantitativo, já que este é um espaço de divulgação que vem sendo pouco aproveitando, tanto no que diz respeito as emissoras abertas comerciais quanto as TVs por assinatura nacionais e internacionais.

A exceção, é preciso salientar, aparece no esforço de algumas emissoras - como as TVs educativas abertas, as TVs a cabo comunitárias, educativas e legislativas - em incentivar e exibir produções audiovisuais de cinema de caráter nacional.

No âmbito da **produção audiovisual cinematográfica** brasileira, analisamos o que foi produzido em 2005 – ou que está em fase de produção – utilizando as seguintes categorias :

- n° de filmes produzidos regionalmente,
- n° de filmes nacionais;
- n° de filmes realizados em parceria com outros países.

Nossa proposta foi conhecer o espaço dado as produções locais, regionais, nacionais e o incentivo a diversidade cultural, como pode ser observado na tabela sobre cinema (ver Anexos). Nesse sentido, incluímos no estudo o projeto DOC TV, Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro que financia e oferece apoio técnico a filmes documentais e garante sua exibição nas emissoras públicas. O Programa desde 2003 vem incentivando e divulgando a produção regional de documentários da ação conjunta do

Ministério da Cultura (MinC), da Fundação Pe. Anchieta e da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC). Também incluímos na análise os produtos apresentados no TV Escola, produzidos para TV e que inclui a divulgação de obras nacionais.

Para conhecer o **caráter do financiamento** e ter uma noção dos percentuais de investimentos das empresas privadas e das instituições governamentais contamos com dados da Agência Nacional do Cinema (Ancine), das Secretárias Estaduais de Cultura e órgãos especializados em cinema em cada Estado, assim como com a ABEPEC e da Associação Brasileira dos Produtores Independentes (ABPI-TV). A partir dos dados recebidos, tentamos mapear os:

- filmes com capital estatal;
- filmes com capital nacional privado;
- filmes com capital estrangeiro;
- filmes com capital misto.

Além disso, mapeamos o que foi apresentado nas **TVs abertas e por assinatura** relativo a produção audiovisual cinematográfica nacional em 2005 levando em consideração o filmes curtas e longas-metragens a partir dos gêneros:

- ficção
- documentários

Nas **TVs por assinatura**, contamos com material da Associação Brasileira de TVs por Assinatura (ABTA) e também utilizamos como fonte primária empresa de maior porte – a NET, que possui 60% do mercado nacional - para realizar um breve estudo de **quatro meses** da programação voltada para:

- programas de entretenimento
- exibição de filmes nacionais

Decidimos estudar, de forma qualitativa, quatro meses pois representam 1/3 da programação anual dos canais exibidos pela NET. Foram selecionados os dois primeiros meses de 2005, janeiro e fevereiro e os dois últimos, novembro e dezembro para ter uma idéia da quantidade de programas de entretenimento e filmes nacionais apresentados pelas TVs por assinatura. Em termos de exibição de filmes brasileiros, os números são surpreendentemente negativos. A exceção do Canal Brasil, especializado em produções nacionais, não chegaram a três o número de filmes nacionais exibidos mensalmente nas demais emissoras de TV por Assinatura, sejam canais nacionais ou internacionais.

Ainda dentro deste estudo, aproveitamos o trabalho jornalístico realizado pela revista Meio & Mensagem (1999) sobre a produção local das principais emissoras de TV abertas no país. A partir desta fonte primária, fizemos um **estudo comparativo** entre a produção local daquele período e a produção local das mesmas emissoras em 2005 em termos de formatos de entretenimento. Tal comparação nos permite visualizar o que mudou no cenário televisivo brasileiro em termos de produção local nos últimos seis anos (1999-2005).

# Contexto

**Para a maior parte das pessoas só existe dois lugares no mundo: o lugar aonde vive e o seu televisor**

**De Lilo, 1985.**

## 2.1 INTRODUÇÃO

### 2.1.1 O Estado da Arte

Os estudos sobre produção audiovisual e fluxo de notícias junto às indústrias culturais não são uma novidade no mundo, principalmente porque a importação de produtos culturais por parte de países como o Brasil, começou cedo, ainda nos anos 30/40. A primeira pesquisa sistemática nessa área foi elaborada por Lasswell (*Propaganda Technique in the World War*, 1927) e de ali em diante, até a institucionalização da pesquisa em comunicação que aconteceu nos EUA na década de 50 os pesquisadores têm buscado entender a comunicação para além das fronteiras nacionais.

Em 1946, seguindo o exemplo do que os Estados Unidos já faziam na imprensa e no fluxo de notícias através das agências de notícias, a Motion Picture Export of América (MPEA) vai se tornar uma agência da indústria audiovisual norte-americana para o cinema com plena capacidade de negociar contratos no exterior, expandindo a indústria audiovisual daquele país. Isso permitiu as grandes empresas norte-americanas controlar o mercado mundial onde obtém até hoje mais da metade do seu lucro. A mídia audiovisual segue a mesma pauta da indústria cinematográfica. As três maiores cadeias de rádio e TV norte-americanas criaram divisões internacionais para controlar os mercados em potencial. A proposta foi ampliar a expansão mundial dos negócios no âmbito da cultura audiovisual norte-americana.

O primeiro informe importante no sentido de compreender o poder de expansão da produção audiovisual e o fluxo informativo foi organizado por *Karl Nordstrem Tapio Varis* (1974) em 57 países. A pesquisa, apoiada pela Unesco, mostrou, já naquela época, que

todas as empresas importantes de cinema e TV estavam interligadas em grandes grupos de comunicação multimídia, transformando-se em multinacionais da informação. Essas empresas eram (e ainda são) majoritariamente norte-americanas<sup>16</sup>.

A dupla finlandesa realizou a primeira pesquisa internacional sobre o fluxo dos programas de televisão que recebeu o nome de *Inventário Internacional da Estrutura dos Programas de Televisão e Circulação Internacional dos Programas* (1974). Os resultados mostraram a hegemonia dos programas de origem norte-americana e comprovaram de forma empírica que o sentido do fluxo era – e continua sendo - dos países desenvolvidos para os países do Terceiro Mundo. A pesquisa de *Nordestreng* e *Varis* é considerada como um importante ponto de partida para a discussão sobre o desequilíbrio dos fluxos informativos na Unesco, dando elementos para a proposta de uma Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC)<sup>17</sup>.

Dois anos depois, em 1976, o chamado *Estudo Tempere* analisa, a pedido da Unesco, os símbolos, imagens e produtos culturais oriundos dos Estados Unidos.

Na América Latina, o Instituto Latino-Americano de Estudos Transnacionais (ILET) tornou-se uma instituição importante para o estudo do fluxo internacional da informação e comunicação. Os livros publicados a partir de pesquisas e seminários realizados por esse instituto são uma importante contribuição para se compreender os questionamentos feitos a

---

<sup>16</sup> Os EUA é dono de 85% das empresas audiovisuais Warner BROS, Turner Broadcasting, Home Box Office (primeira cadeia de TV a usar cabo), CNN, Walt Disney Productions (ABC, Buenavista Internacional), Paramount (CBS, Blockbuster Vídeo), Fox Corporation (Fox News, SkyNews, Star TV, 20<sup>th</sup> Century Fox) Columbia Tristar.

<sup>17</sup> O relatório da NOMIC, coordenado pelo Senador Mac Bride, analisou as diferenças nos fluxos de comunicação e poder dos países mais ricos e apontou há 30 anos as possibilidades de democratização da comunicação. O relatório contou com a participação de especialistas de diferentes parte do mundo. Sobre o tema ver Castro, 2005<sup>a</sup>.

partir da perspectiva dos países de Terceiro Mundo sobre a comunicação internacional e o fluxo de informações<sup>18</sup>.

A comunicação internacional e os sistemas de comunicação inicialmente foram confundidos com a comunicação para o desenvolvimento, principalmente em países latino-americanos, devido ao debate sobre o papel da mídia no desenvolvimento dos países do Terceiro Mundo, embora seja importante ressaltar que os temas estão interligados, já que dizem respeito a soberania nacional, à economia e a formação da identidade nacional. É dessa época os trabalhos de Armand e Michelle Mattelart (anos 70) no Chile onde denunciam o papel das agências de notícias internacionais na construção do imaginário sobre diferentes países, particularmente os de esquerda, como era o caso chileno. No Brasil, em tempos de ditadura José Marques de Melo (1977) analisa as relações entre comunicação e desenvolvimento. De lá para cá, vários estudos nessa área foram realizados na Europa e EUA, mas o Brasil não seguiu essa tradição, embora haja livros teóricos sobre sistemas de comunicação como por exemplo o organizado por Doris Hausen em 1993 .

Em termos de abrangência – **o estudo da produção nacional exibida em TVs abertas e por assinatura** - esta é a primeira pesquisa do gênero, porém vale recordar que outros pesquisadores brasileiros têm se preocupado de traçar um perfil da programação oferecendo uma mostra do que as diferentes emissoras oferecem ao público.

---

<sup>18</sup> Entre eles podemos citar o livro organizado por Fernando Reyes Matta em 1977 e publicado no Brasil com o título *A Informação na Nova Ordem Internacional* (1980). Outro importante livro do ILET é *Trampas de Información y Neocolonialismo* (1979), de Gregorio Salser e Rafael Roncagliolo.



Em 1978, por exemplo, José Marques de Melo<sup>19</sup> e Sérgio Caparelli<sup>20</sup> apresentaram uma metodologia de análise de uma semana da programação em horas semanais e porcentagem, separando as categorias e gêneros dos programas. Na década de 90, mais especificamente em 1996, Sandra Reimão<sup>21</sup> e um grupo de pesquisadores em São Paulo utilizou a mesma metodologia para realizar a análise da programação durante o período de 1965-1995, com o objetivo de estudar as tendências dos gêneros na TV brasileira.

Antes de Reimão podemos destacar o trabalho de César Bolaño<sup>22</sup> (1988) - um dos coordenadores desta pesquisa. Bolaño destacou-se pela preocupação com a articulação entre Economia, Política e Comunicação para mostrar a concentração da mídia televisiva, elaborando uma teoria específica da economia política brasileira. Mais tarde, em 2004, José Carlos Aronchi<sup>23</sup> realizou o primeiro manual sobre gêneros e formatos televisivos, a partir de estudo elaborado em 1996, onde também analisou a programação televisiva das principais redes de TV comerciais. Para compreender o mercado televisivo nacional e suas relações com o cinema, vale a pena voltar ao passado para refletir sobre o presente e as possibilidades para o futuro da produção audiovisual brasileira.

Finalmente, em 2005 os pesquisadores Antonio de Andrade e Sandra Reimão estudaram as correlações entre televisão e cinema brasileiro no período de 1980 a 2000. O levantamento da presença do cinema brasileiro, especialmente longas-metragens de ficção, na programação da televisão aberta nos últimos 21 anos tem a única ressalva de restringir a pesquisa ao Jornal da Tarde (SP), mas colaborou para dar subsídios a este estudo.

---

<sup>19</sup> Sobre o tema, ver Melo em *Para uma Leitura Crítica da Comunicação*.

<sup>20</sup> Sobre o tema ver, *Televisão e Capitalismo no Brasil*.

<sup>21</sup> Sobre o tema ver, *Em Instantes - Notas sobre a programação da TV Brasileira (1965-1995)*.

<sup>22</sup> Sobre o tema ver *O Mercado Brasileiro de Televisão*

<sup>23</sup> Sobre o tema ver *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*.

## 2.2 CONTEXTO HISTÓRICO

### 2.2.1 A TV no Brasil e o espaço da narrativa cinematográfica

Já transcorreram mais de 55 anos quando, em setembro de 1950, Assis Chateaubriand trouxe para o Brasil os primeiros 200 aparelhos de televisão importados e espalhou-os por diferentes pontos da cidade do Rio de Janeiro para que os brasileiros pudessem ver, pela primeira vez um programa que unissem som e imagem. A televisão chegou ao Brasil após cinco anos de consolidação nos três principais países do mundo através da TV Tupi, a primeira TV comercial do país; a primeira da América Latina e a quarta do mundo<sup>24</sup>.

De lá para cá muita coisa mudou e o país se tornou uma das maiores indústrias de produção audiovisual do mundo. Mas cada década transcorrida teve características marcantes para o desenvolvimento desta indústria<sup>25</sup>. Os anos 50, por exemplo, se caracterizaram pelo amadorismo e pelos programas ao vivo quando a TV andava em busca de sua própria identidade e linguagem<sup>26</sup>. Nessa época, o país vivia o ufanismo desenvolvimentista de Juscelino Kubitschek e Assis Chateaubriand, proprietário do maior conglomerado de comunicações do país e da TV Tupi, comprou nos EUA nove estações cuja programação se dividia em informativa, educativa e entretenimento, mas o preço dos aparelhos ainda era inacessível para a maior parte da população. Paralelamente, a indústria cinematográfica

---

<sup>24</sup> Vale recordar que a primeira empresa a fazer experiências televisivas na América Latina quando transmitiu, em 1946, diretamente dos seus estúdios, o programa *Rua 42*, produzido por Max Nunes e animado por Manoel Barcelos. Sobre o tema ver *A Rádio Nacional*, coordenado por Claudia Pinheiro (2005).

<sup>25</sup> O pesquisador brasileiro Sergio Mattos divide os períodos da TV brasileira em elitista (1950-1963), populista (1964 -1975) e tecnológica (1976 a 1985) . Outros estudos sobre as fases da TV brasileira podem ser encontrados em Caparelli (1982) e Brittos (2000).

<sup>26</sup> Somente a partir de 1955 a TV extrapolou os limites do Rio de Jan e São Paulo. Neste ano chegou no Paraná e Minas Gerais, em 1957 começa a funcionar em Pernambuco; em 1959 no Rio Grande do Sul e na Bahia e em Brasília, em 1960.

nacional vivia um período importante com os musicais e *chanchadas* produzidas nos estúdios da Vera Cruz, Maristela e Multifilmes em São Paulo<sup>27</sup> e da Atlântida, no Rio de Janeiro, cujos filmes seduziam brasileiros de todos os cantos do país.

Nos anos 60 do século XX, o videoteipe<sup>28</sup> modificou radicalmente o modo de fazer TV, pois permitiu gravar os programas e editá-los. Além disso, chegada de equipamentos de reportagem menores e mais leves, colaboraram para a transformação do jornalismo televisivo que pode sair as ruas e realizar ampla cobertura dos eventos. Nesse período, a Rede Tupi ganhou uma concorrente: a TV Excelsior, que introduziu um novo conceito de televisão, produzindo Festivais da Canção (1964 a 1968) e exibindo a primeira telenovela em capítulos diários (*2-5499 Ocupado*).

Este também foi, no campo cinematográfico, a década do Cinema Novo e a proposta de que uma câmara na mão e uma idéia na cabeça bastavam para fazer um filme, com o cinema de autor. Havia ainda o Cinema Marginal, característico da Boca do Lixo, que conseguiu produzir filmes independente das verbas do Estado. No final dos anos 60, o cinema brasileiro procura um maior diálogo com o público popular imerso na vida urbana e no universo da comunicação (ORTIZ RAMOS, 2004: 17).

É ainda a década do surgimento da Rede Globo. Estimulada pelo governo militar e pelo capital do grupo *Time-Life*, ela terá um papel importante na estratégia de divulgação e

---

<sup>27</sup> Nessa época foram produzidos pela Vera Cruz, de acordo com Anita SimIs (1996:154), longa-metragens importantes como *Caiçara* (1950), *Terra é para Sempre* (1951), *Ângela* (1951), *Apassionata* (1952), *Sai da Frente* (1952), *Tico-Tico no Fubá* (1952), entre outros. Diferente da Atlântida, os três estúdios paulistas se interessavam pela produção industrial, mas não conseguiram atravessar os anos 50.

<sup>28</sup> Embora o videoteipe já estivesse disponível no mercado desde 1960, só começou a ser usado na televisão brasileira em 1967.

unificação nacional planejada pelo governo militar e na formação de uma “identidade brasileira única”, papel que vinha sendo desempenhado até então pelo rádio, particularmente pela Rádio Nacional, uma empresa pública que, nos anos 40 e 50 chegava na maior parte do país. Nos 60, a Globo começa a incorporar sistemas falidos, como a TV Paulista (1966) ou a Excelsior (1969), esta última cassada pelo governo militar. Além disso, surgem outras empresas, como a TV Cultura (1964) e a TV Bandeirantes (1967), todas em São Paulo.

Em termos políticos, em 13 de dezembro de 1968 o governo militar que vigorava no país desde março de 1964 decretou o Ato Institucional número 5 (AI-5) que instalou a plena censura, embora esta já tivesse começado desde o golpe. Simultaneamente à vigência do AI-5 e em nome da Segurança Nacional e da preservação da ordem no território nacional, os governos militares investiram em um sistema de microondas que unificasse a nação através das comunicações.

Daquele período até agora, a Globo que tem sido tema de diversos trabalhos acadêmicos, dissertações de mestrado, teses doutorais e livros – como, por exemplo, o de Silvia Borelli (2000) ou o organizado por Brittos e Bolaño (2005) – concentrou cada vez mais poder econômico e político. Este poder chegou ao ponto de abocanhar U\$ 1,590 bilhão do mercado de televisão<sup>29</sup>, enquanto o segundo colocado – o Sistema Brasileiro de Televisão, SBT - detém U\$ 600 milhões, segundo estudo realizado em 2005.

Voltando ao século XX, os anos de militância e manifestação política em diferentes áreas da cultura registradas pela produção audiovisual cinematográfica e televisiva tiveram

---

<sup>29</sup> EPCOM, estudo realizado divulgado em metade de 2005. Disponível [www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br). Acesso em dez 2005.

seu rumo definido bruscamente nos anos 70 com a chegada da censura prévia e da ditadura militar. Diretores e atores de cinema e de teatro - a exemplo que aconteceu no período macartista<sup>30</sup> nos EUA - encontraram na televisão espaço para continuar trabalhando, principalmente em produtos de ficção como as telenovelas, que nesta década passaram a serem exibidas em cores. Se por um lado os 70 se caracterizaram como o período em que começou a exportação de telenovelas da Rede Globo, também foi o período em que elas sofreram mais cortes e censura dentro do país, ao ponto que a novela *Roque Santeiro* (de Dias Gomes) permaneceu mais de 15 anos guardada nas gavetas da censura.

No plano econômico é o período em que a globalização começa a expandir-se, demarcando a nova face do capitalismo contemporâneo. Esse capitalismo globalizado<sup>31</sup> inclui relações transnacionais que, como lembra Brittos (2005), ao longo do século XX teve a participação das corporações e que agora contam com diferentes possibilidades de associações entre empresas e Estados. Eles formam blocos empresariais ou geo-políticos-econômicos que deslocam o papel predominante até então destinado ao poder estatal.

Ao longo dos anos 70, o mercado brasileiro de TV se oligopoliza a partir do domínio da Rede Globo<sup>32</sup>, popularizando-se cada vez mais, enquanto o espaço cinematográfico, marcado pela censura, seria preenchido majoritariamente pela *pornochanchada* e pelos filmes com apelo erótico.

---

<sup>30</sup> Campanha radical direitista promovida nos EUA, de 1950 a 1954, pelo senador Joseph McCarthy e seus adeptos. Anticomunista, caracterizou-se pela intimidação e delação. Atingiu em grande escala os meios artístico e intelectual, que resultou na debandada de diretores de cinema para a televisão.

<sup>31</sup> Vale a pena observar as pesquisas realizadas por Armand Mattellart onde o autor belga discute a questão da globalização, lembrando que o mesmo processo já teve diferentes nomes, mas que começa no século XV durante o período das grandes navegações.

<sup>32</sup> Já nos 70 a Globo criou a TVC, empresa de TV a cabo. Sobre o tema ler “ Pecado Capital: a novela dos Matinho co ma TV paga”, de Luis Guilherme Duarte em *Rede Globo, 40 anos de Poder e Hegemonia*.

Com os anos 80 e a abertura política a partir de 85, a TV aberta brasileira teria tudo para crescer e ser democratizada, mas não foi isso que se observou como passar dos anos. Esta foi a década do desaparecimento da Rede Tupi; do surgimento do SBT (1981), que viria a se tornar a segunda rede do país com programas populares voltados para a classe C/D sob a batuta de Silvio Santos; do surgimento da Rede Manchete (1983), com programação voltada para os públicos A/B, no Rio de Janeiro e que não conseguiu chegar ao século XXI; do início da primeira rede de TV religiosa, a Rede Record (1989), pertencente a Igreja Universal do Reino de Deus<sup>33</sup>. Também foi o momento em que a Globo passou a deter monopólio na produção e exportação de telenovelas<sup>34</sup>.

Outra novidade é a grade da Rede Bandeirantes de Televisão que, nos anos de 1980, passa a comercializar programas religiosos nas manhãs de domingo. Realizados pelas igrejas batista norte-americanas e dirigidas por pastores midiáticos como Billy Graham, eles passaram a promover o chamado “ministério eletrônico”<sup>35</sup>. No âmbito do jornalismo esportivo, a Band foi a pioneira em abrir espaço para a produção independente, a partir das exposições dos programas de esportes realizados pela *Promoção*, empresa dirigida por Luciano do Valle<sup>36</sup>.

---

<sup>33</sup> De acordo com Andrade e Reimão (2005), entre 1981 e 1985 a Record foi a emissora que mais transmitiu filmes brasileiros (a maior parte filmes eróticos ou pornochanchadas que passavam após as 23 horas). Com a venda para a Igreja Universal essa opção simplesmente foi abandonada. Com uma afirmação bastante preconceituosa e desconhecadora da realidade cinematográfica nacional a assessoria da Record na época argumentou que: “embora reconheçamos a qualidade dos filmes brasileiros recentes, não nos são oferecidos pacotes que se enquadrem ao caráter familiar de nossa programação”.

<sup>34</sup> Também é o momento em que a Rede Globo vai tentar expandir-se para outros países através da TV Monte Carlo. O fracasso do empreendimento não impediu que o grupo seja sócio na TVI de Portugal.

<sup>35</sup> Especialmente, conta Benevenuto, pensados para as emissoras de rádio e televisão, os programas têm como propósito final, a conquista de novos adeptos à congregação. Contam, entretanto, com o suporte de um trabalho missionário tradicional para concretizar a adesão. É interessante verificar que a Igreja Católica, sendo predominante no mundo ocidental, usava os espaços midiáticos primordialmente com a transmissão de missas, enquanto os evangélicos passaram a operar esse espaço com programas adaptados para os veículos que difundiriam as mensagens. Independente de ser uma das pioneiras no uso dessa tecnologia, os católicos perderam espaços midiáticos para outras igrejas.

<sup>36</sup> Ex-repórter de esportes de rádio e televisão (com passagem pela Globo), com visão empreendedora na atividade de produção audiovisual.

É nessa época, conta Benevenuto Jr. (2005), que se abrem espaços para a produção independente de blocos de conteúdos televisivos com a intenção de preencher a grade diária de programação. As redes contrataram equipes e produtoras independentes para realizar tarefas cuja demanda não era atendida pelas equipes fixas das emissoras, por se tratar de uma proposta especial ou por estar no âmbito de experimentação de nova linguagem.<sup>37</sup> A entrada das produções independentes nas telas da televisão brasileira, entretanto, não foi um fenômeno isolado no panorama mundial de televisão e chegou com bastante atraso no país, devido às características das empresas nacionais.

No mundo, as firmas do setor já trabalhavam em cooperação com fornecedores de conteúdos externos, sustentando um mercado audiovisual importante para garantir a circulação dos produtos. A observação de Armes dá um bom alento para essa situação:

o produtor de vídeo independente dispõe de um mercado muito restrito, fora da TV, que possibilite a recuperação dos custos de produção. [...Porém] o constante aumento do período de transmissão e a expansão das redes de TV a cabo e via satélite só podem oferecer a longo prazo canais de veiculação para a produção de vídeo.<sup>38</sup>

No Brasil esse movimento ganhou força a partir dos primeiros experimentos para implantar a TV a cabo, em 1988 (ALMEIDA, 2002: 28-29).

---

<sup>37</sup> O Jornal *Gazeta Mercantil* fez o programa *Crítica e Autocrática*; Fausto Silva alegrava as noites de sexta, com seu *Perdidos na Noite*, projeto vendido para a Bandeirantes; a empresa Olhar Eletrônico produziu o programa *Olhar Mágico para a TV Gazeta*, entre outros. Sobre o tema ver SANTORO, Luiz Fernando. *A imagem nas mãos*. O vídeo popular no Brasil. São Paulo: Summus, 1989. p.56.

<sup>38</sup> ARMES, Roy. **On video**. O significado do vídeo nos meios de comunicação. São Paulo: Summus, 1999. p. 144-145.

Na área cinematográfica, o período entre 1970-1980 foi de grande produção, ainda que estivesse concentrada no eixo Rio-São Paulo. De acordo com Ortiz Ramos (2004:19), em 1979 o Sindicato das Indústrias Cinematográficas de São Paulo informava que, dos 96 filmes produzidos no ano, 56 eram de São Paulo e 34 do Rio de Janeiro, sendo que apenas oito obras paulistas receberam apoio da Embrafilme enquanto 10 filmes cariocas contaram com a participação da empresa pública. Em 1979, ano do pico do público cinematográfico nos cinemas para filmes brasileiros, a produção da Boca do Lixo – que nessa época apresentava importante diversidade de gêneros – aparecia com 24 dos 81 filmes lançados; números que sobem para 41 sobre 104 e 40 dos 93 filme lançados em 1980. Com a queda público nos anos seguintes, a Boca do Lixo passa a produzir pornô explícito.

A partir da eleição de Fernando Collor, o período foi considerado desastroso para a produção audiovisual cinematográfica, pois o então presidente autorizou que fossem extintas leis de incentivos culturais e órgãos culturais da União, dentre eles a Empresa Brasileira de Filmes (Embrafilme), o Conselho Nacional de Cinema (Concine) e a Fundação do Cinema Brasileiro (FCB). Com isso, por dois anos o Brasil teve a sua produção cinematográfica praticamente estagnada.

No que diz respeito à verba publicitária, as mudanças de propriedade das emissoras, com a falência da Tupi, a consolidação da rede própria do Sistema Brasileiro de Televisão e a entrada do Grupo Bloch<sup>39</sup>, não trouxeram grandes problemas. Benevenuto Jr. (2005) recorda que o setor entrou nos anos 1980 movimentando 57,8% da verba publicitária de toda a mídia nacional, percentual que, a partir daí, não apresentou variação maior que sete pontos

---

<sup>39</sup> Ver BOLAÑO, César R.S. **Mercado brasileiro de televisão**. 2. ed. São Paulo: EDUC/UFS, 2004. p. 155-189.



percentuais para cima ou para baixo. Esse número, inclusive, marca a estabilidade dos investimentos publicitários, desde que os anunciantes descobriram o potencial de penetração do meio na sociedade, em 1962, quando se aplicava apenas 24,7%, contra 18,1% em jornal, 27,1% em revista, 23,6% no rádio e 6,5% noutros meios.<sup>40</sup>

Por outro lado, a TV estava bem definida enquanto sistema produtivo de bens culturais: tinha montado sua própria planta industrial (estúdios, equipamentos, marcenarias, pessoal técnico especializado, corpo de atores e roteiristas próprio, imóveis, entre outros) e se encontrava em fase de reestruturação tecnológica, buscando sua auto-suficiência para atender às necessidades essenciais, isto é, produzir os conteúdos exibidos nas grades (BOLAÑO, 2004 p. 159-166). Mesmo que tenha-se desviado da função primária de difundir programas devidamente organizados em faixas horárias nos dias da semana, conforme Bustamante<sup>41</sup>, a televisão brasileira estava estruturada como uma das indústrias da mídia mais rentáveis e estáveis, vivendo a - fase cunhada por Mattos - do desenvolvimento tecnológico (1975-85), preparando sua entrada na fase da transição política brasileira e sua expansão para o mercado internacional.<sup>42</sup>

No campo econômico ocorreu a crise da Bolsa de Nova Iorque (1987) considerada o ponto de partida para a abertura e desregulamentação dos mercados financeiros e comerciais. Na área política, a queda do Muro de Berlim, o fim da ex-União Soviética e de vários regimes

---

<sup>40</sup> Nesse ano, a distribuição das verbas foi: 16,2% em jornal, 14% para revista, 8,1% ao rádio e 3,9% aos outros. Em 1984, a televisão recebeu a maior parte das verbas publicitárias, atingindo 61,2% do total, número que não foi ultrapassado nos 55 anos de operação do meio no país. Nem mesmo em 2004, com a ocorrência de eventos esportivos globais, como as Olimpíadas, na Grécia, cujo apelo simbólico motivou pesados investimentos na mídia televisiva, a parte que coube não ultrapassa o percentual de 1984. (MATTOS, Sérgio. História da televisão brasileira. Uma visão econômica, social e política. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 67, GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. **Mídia dados 2005**. São Paulo: GM, 2005. p. 418.).

<sup>41</sup> BUSTAMANTE, Enrique. **La televisión económica**. Financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Gedisa, 1997.

<sup>42</sup> Sobre o tema ver Mattos, *História da Televisão Brasileira* (2002).

que os apoiavam colocam em xeque as idéias socialistas com uma opção ao modelo de capitalismo norte-americano. Em meio à fragilidade política das esquerdas em todo o mundo, cresce a globalização da economia, impulsionada pela chegada da Internet e pelo uso de novas tecnologias, dando espaço a um sistema que privilegia o capital financeiro e um mercado global oligopolizado.

Os ventos neoliberalizantes de Margareth Tacher na Inglaterra e de Ronald Reagan, nos EUA, chegam ao Brasil no final da década, com a eleição de Collor e com a campanha de que a máquina estatal era “um elefante branco” que não funciona, como justificativa para a privatização de estatais, para a desregulamentação de setores estratégicos e para a redução da responsabilidade do Estado frente as questões sociais.

Se por um lado, as novas tecnologias chegam ainda que timidamente através dos satélites e das redes de cabo no final dos 80, essa mesma tecnologia vai ser importante para a produção audiovisual brasileira e para a reformulação do mercado, com o início das atividades da TV por assinatura. Na época, apareceram 14 candidatos as primeiras licenças na Grande São Paulo, entre elas a Globo, mas foi em 1990 que o então presidente José Sarney colocou a mostra publicamente as relações dúbias da política com as empresas de comunicação<sup>43</sup> ao distribuir de uma só vez durante o recesso legislativo, 10 canais de TV por assinatura (DUARTE, 2005).

Embora a Globo não tenha inicialmente dominado este setor – quem saiu na frente foi a TVA, pertencente ao Grupo Abril<sup>44</sup> - esta situação não tardou a modificar-se. Em menos de 10

---

<sup>43</sup> Sobre a relação entre políticos e meios de comunicação vale a pena ver a obra de César Bolaño, Sergio Mattos e Sérgio Caparelli.

<sup>44</sup> O serviço TVA, modalidade de TV por assinatura em UHF, foi usado para o lançamento da MTV brasileira.

anos, a GloboSat (programadora) havia se transformado no braço e comercialização de, pelo menos, 18 canais de cabo (quatro deles dedicados a Portugal). Com a distribuição exclusiva da NET, a Globo atingiu em 2005, 60% do território brasileiro<sup>45</sup>. A década de 80 marca ainda à volta dos partidos no cenário político, o fim da censura e a nova constituinte de 1988.

Os anos 90 marcam uma vitória importante dos movimentos sociais com a votação da chamada Lei do Cabo, de 1995 que obrigou as operadoras de TV a cabo de ceder canais legislativos, comunitários e educativos dentro das TVs por assinatura. O que ninguém esperava é que, passados 10 anos da aprovação da Lei, considerada uma das mais modernas e democráticas do mundo, a TV por assinatura não chegasse a 5% da população brasileira. Dados da Associação Brasileira das TVs por Assinatura - ABTA e da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) mostram que o número de assinantes chegou a 4 milhões no final de 2005<sup>46</sup>.

Foi assim que algumas produtoras independentes, universidades, fundações comunitárias e culturais, organizações civis não-governamentais, sindicatos, partidos políticos, casas legislativas e movimentos sociais conseguiram chegar à população, ainda que seja uma parcela muito restrita. Isso aconteceu principalmente através dos canais de uso público da TV a cabo, num mercado que esteve, durante 30 anos, reservado a poucos grupos proprietários com capital suficiente para investir no negócio da rediodifusão.

---

<sup>45</sup> Atlas Brasileiro das Telecomunicações 2006.

<sup>46</sup> Mesmo que as TVs por assinatura tenham crescido 9% em 2005 com relação a 2004, os índices de assinatura são muito baixos se comparados com a população brasileira (200 milhões de habitantes). Além disso, as TVs legislativas estão presentes em apenas 17 estados da federação, segundo dados da Associação das TVs e Rádios Legislativas (Astral) e as TVs comunitárias, para sobreviver e ter uma grade de programação estão abrindo cada vez mais espaço para os programas religiosos (Benevenuto Jr, 2005). Quanto as TVs universitárias, já alcançaram a casa das 34 emissoras com produção local e regional, muitas vezes produzindo dentro dos espaços acadêmicos e dependentes do projeto político e econômico das universidades e suas reitorias.

A década de 90 foi denominada por Brittos (2000) como a fase da multiplicidade da oferta. Este período caracterizou-se pelo aumento do número de emissoras abertas via operação *Ultra High Frequency* (UHF), frequência ultra alta que abrange a numeração de 14 a 69 que trouxe como consequência uma maior disputa entre as emissoras e a popularização da programação. Também é o momento em que a aceleração da globalização da economia e da mundialização da cultura (Ortiz, 1994) propiciam a proliferação de conglomerados multimídias, os intercâmbios entre corporações transnacionais, os formatos mundializados (como os *reality shows*) e a transmissão em larga escala de bens desterritorializados.

Foi nesse ambiente econômico e cultural que surge a versão brasileira da MTV (Grupo Abril), canal dirigido os jovens que pode ser assistida pelo sistema aberto ou por assinatura, a Rede Mulher, a Rede Vida, dirigida a comunidade católica, os canais de tele-compras como *Shoptour* ou o Canal Futura. Entre as TVs por assinatura por cabo, microondas ou satélite - MMDS<sup>47</sup>, DBS<sup>48</sup> ou DTH<sup>49</sup> - pagas aparecem nos anos 90 canais nacionais, como GNT, Multishow, Canal Brasil e Sport TV.

Se nos 80, a grande novidade tecnológica foi o uso doméstico do videocassete e a possibilidade das audiências gravarem programas e definirem sua própria grade de programação sem depender da ditadura das emissoras, a última década do século XX trouxe grandes surpresas as classes média e alta brasileiras. Em meio às mudanças tecnológicas dos anos 90, aparecem os CDs, os DVDs, a popularização dos e-mails, da Internet, e a chegada das TVs com mais de 20 polegadas e dos *home theatre*.

---

<sup>47</sup> O chamado *Multichannel Multipoint Distribution System* (MMDS), Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais transmite imagens captadas por antenas utilizando frequências elevadas de microondas.

<sup>48</sup> O *Direct Broadcasting System* (DBS), ou Sistema de Emissão Direta emite o sinal direto do satélite (banda C) para os assinantes.

<sup>49</sup> O *Direct to Home* (DTH), também chamado de Direto para Casa é uma transmissão por satélites dotados de banda KU, que permite grande disponibilidade de canais.

No campo cinematográfico, além do processo de digitalização dos filmes e da chegada do som *dolby stereo*, no Brasil ocorre a “retomada do cinema brasileiro”. Também é neste período que as TVs por assinatura passaram a serem obrigadas pela Lei do Cabo a exibirem uma cota de filmes nacionais (e demais produções audiovisuais nacionais). Mas, pela interpretação da lei, essa cota ficou concentrada em apenas em um canal da NET (que tem 50% de participação da Globosat), o Canal Brasil. Mas para ter direito a assisti-lo, o interessado precisa comprar o pacote Premium, da NET. No caso da TVA, o canal brasileiro disponível é o CineBrasil TV, disponível aos assinantes desde 2004.

A retomada da produção cinematográfica nacional ocorreu por volta de 1995, quando começaram a operar efetivamente dois mecanismos de incentivo à cultura: a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual. Daí a denominação “cinema da retomada”, criada por alguns estudiosos em referência ao cinema produzido no governo de Fernando Henrique Cardoso (1995-2002). Nesse período de oito anos foram produzidos cerca de 200 longas e 750 curtas (70 somente em 2002) o que dá uma média de 18,5 longas anuais, no decorrer dos sete anos.. Os números totais – 200 longas e 750 curtas – são quatro vezes menores que o total de películas lançadas na década de 70 - 794 longas - e na década de 80 - 946 longas.

Não é por acaso que a expressão “cinema da retomada” cause polêmica no meio artístico e especializado, pois sugere que o governo passado tenha alavancado o cinema nacional dando-lhe os subsídios necessários, o que é bastante discutível. Para o pesquisador Jean-Claude Bernardet (2003), deve-se falar em “cinema da retomada” apenas pelo viés

quantitativo, já que a política adotada pelo governo na época não remete a nenhuma valoração qualitativa<sup>50</sup>.

Em termos de televisão, com a chegada do ano 2000 terminou-se o tempo em que a participação estrangeira nas empresas brasileiras era vista com maus olhos, como aconteceu com a Rede Globo nos anos 60. Os primeiros anos do século XXI ficaram marcados pela aprovação da cota de até 30% de participação estrangeira nas empresas de radiodifusão, dando vazão a uma tendência de transnacionalização das empresas que se tornaram multimídias e passaram a atuar em várias áreas da comunicação. Segundo Caparelli e Lima (2004:48), a Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), principal afiliada da Rede Globo no país, é um bom exemplo de propriedade cruzada, embora atue em apenas dois estados do Sul do país: Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

A Rede Brasil Sul de Comunicações é uma empresa multimídia regional que opera no Sul do Brasil e é considerada a maior rede regional de TV da América Latina. O grupo RBS com opera rádio, televisão, jornal e internet. Conta com 26 emissoras de rádio, seis jornais ofertados em versão impressa e *on-line*, duas emissoras locais de televisão, portal de internet, uma gravadora, uma operação voltada para o segmento rural e uma empresa de logística<sup>51</sup>. Possui ainda 18 emissoras de TV afiliadas à Rede Globo, parceria com editora e além de ser sócia da maior operadora de TV a cabo do país, a NET. Não apenas possui profissionais multimídia que atuam em rádio, TV e jornal ao mesmo tempo, mas também “socializa” a

---

<sup>50</sup> Mas, ainda que a produção tenha sido a principal preocupação dos governos até então, Bernardet alerta para o problema que o País enfrenta em relação às distribuidoras de filmes. “Enquanto se visar exclusivamente à produção, não haverá embasamento industrial. Acredito que a alteração da estrutura de distribuição e exibição dos filmes brasileiros mudará a produção. A mudança estrutural na produção virá em decorrência de uma alteração do mercado, não apenas em termos quantitativos, mas em relação à temática e estilo.”. Declaração dada ao Jornal da USP durante Seminário sobre Cinema. Jornal da USP, ano XVIII, nº 657.

<sup>51</sup> Disponível em: [www.clicrbs.com.br](http://www.clicrbs.com.br). Acesso em jan de 2006.

programação, já que a afiliada da Rede Globo, RBSTV (VHF), divide boa parte da programação de fim-de-semana com a TV COM, o canal comunitário da RBS (UHF).

### 2.2.2 A Exibição de filmes Brasileiros na TV

No que diz respeito à indústria cinematográfica, depois do esvaziamento ocorrido no governo Collor, os primeiros anos do século XXI podem ser considerados como a fase do renascimento da produção nacional. Em 2005 foram lançados 51 filmes, ocupando 14% do mercado exibidor, sem contar o material exibido nas TVs abertas e por assinatura. Vale recordar que a ocupação saltou de 6% para 22% em 2003, estabilizando-se em 14% em 2004 e 2005<sup>52</sup>.

Mas a cinematografia nacional ainda tem muita dificuldade para encontrar espaço na TV aberta e por assinatura. Uma pesquisa da revista *Tela Viva* revelou, por exemplo, que no ano de 2001 as redes brasileiras de televisão aberta transmitiram quase 3.000 filmes de longa-metragem sendo pouco mais de 5% produções brasileiras. Essa mesma pesquisa detalhou, como mostra o quadro abaixo, a transmissão de filmes pelas principais redes televisivas brasileira em 2001: a Rede Record exibiu 200 filmes, nenhum deles nacional; o SBT transmitiu 900 filmes, também nenhum deles de produção brasileira. A Rede Globo de Televisão transmitiu 800 filmes, sendo 5% deles brasileiros; já a TV Cultura<sup>53</sup> exibiu 100 filmes sendo 50 deles de produção nacional (BOCCATO, 2002).

---

<sup>52</sup> Em 2006, cerca de 130 filmes longos e 500 filmes curtos estão sendo realizados e estão apontados na Ancine mais de 60 lançamentos de filmes longos em 2006. Dados obtidos em *O Globo*, de 21/01/2006, a partir da matéria "O Renascimento do Cinema Nacional", de Orlando Senna. Disponível em [www.oglobo.com.br](http://www.oglobo.com.br).

<sup>53</sup> A TV Cultura, um mix de TV pública estadual (leia-se PSDB) e fundação sem fins lucrativos que vende patrocínios.

Canal de TV aberta	Característica	Relação entre filmes brasileiros e internacionais exibidos Ano: 2001
TV Record	Emissora nacional, Comercial	Filmes exibidos: 200 Nacionais – 0
SBT	Emissora nacional, Comercial	Filmes exibidos: 900 Nacionais – 0
Globo	Emissora nacional, Comercial	Filmes exibidos: 800 Nacionais – 40 (5% do total)
Tv Cultura	Emissora nacional, Educativa	Filmes Exibidos: 100 Nacionais -

Quadro 1: Filmes Brasileiros Exibidos nas TVS abertas em 2001

Em pesquisa realizada no ano de 2005, Andrade e Reimão descobriram outros dados que contribuem para esta reflexão. O trabalho resgatou, entre 1980 e 2000, 21 anos das produções cinematográficas apresentadas nas TVs abertas. O estudo mostrou que, nesse período, foram exibidas 680 produções cinematográficas nacionais. Se levarmos em conta as reprises destes filmes de longa-metragem, houve um total de 1957 transmissões. Em 21 anos, revela a pesquisa, a inserção de filmes brasileiros por ano não passou da casa das 140 exibições<sup>54</sup>.

Esse trabalho comprova como a produção cinematográfica nacional é rara nas telas da televisão brasileira. Nas redes televisivas abertas o ano em que mais se transmitiu filme brasileiro - no período entre 1980 e 2000 - foi 1983, ano em que foram exibidas 137 produções nacionais (contando as reprises). Se comparado com o total de filmes estrangeiros transmitidos (cerca de 3.000) esse número representa menos de um filme brasileiro a cada 02

<sup>54</sup> O livro, *Dicionário de filmes brasileiros*, de Antonio Leão da Silva Neto, indica que entre 1908 e 2002 foram produzidos 3.415 filmes de longa metragem (acima de 60 minutos) no Brasil. Com esses dados pode-se concluir que se um cinéfilo se dispusesse a conhecer o cinema brasileiro contando apenas com o auxílio das transmissões televisivas, mesmo que ele tivesse, durante 20 anos assistido a todas essas transmissões, esse cinéfilo teria tido acesso a apenas cerca de 1/5, ou 20%, da produção cinematográfica nacional. (REIMÃO, 2005).



dias. Em alguns períodos, o número de exibições é irrisório, como ocorreu em 1989 quando apenas 49 filmes nacionais foram exibidos, chegando ao escandaloso índice de menos de 01 filme por semana.

Embora empresas comerciais cabeças-de-rede, como é o caso da Rede Globo, do SBT, da Bandeirantes ou da Record tradicionalmente venham apostando nas produções de ficção televisivas e nos programas de entretenimento de cunho nacional, particularmente os produzidas por suas equipes, o mesmo não acontece na hora de exibir os filmes (ficção ou documentários) nacionais.

No que diz respeito à Rede Globo, as relações entre cinema e televisão adquiriram um novo formato com o início das operações da empresa Globo Filmes, numa clara demonstração das conseqüências culturais e simbólicas, resultantes da concentração das empresas de comunicação e da propriedade cruzada. Com a Globo Filmes, propriedade das Organizações Globo, a maior empresa brasileira na área de comunicações passou a investir parte de seu capital financeiro e o seu peso político, cultural e simbólico na produção cinematográfica. Seus produtos para cinema têm sido fortemente atrelados a seus produtos televisivos, utilizando não apenas os atores globais ou transformando seriados televisivos em filmes, como aconteceu com “Os Normais”, mas utilizando sua máquina de divulgação (TV aberta e por assinatura, rádios AM e FM, jornais e revistas, impressos e *on lines*, páginas web e servidor de Internet) para dar visibilidade aos produtos da Globo Filmes.

Se por um lado é possível afirmar que a Rede Globo e a TV Cultura aparecem como as maiores exibidoras de filmes nacionais – se comparadas com os baixos números das demais emissoras - esse processo não ocorre da mesma maneira nas duas empresas. Responsáveis por

quase 50% das transmissões de filmes brasileiros na TV aberta, cada uma tem o seu modo de priorizar as exibições.

No caso da Rede Globo, a emissora se concentra em transmitir filmes nacionais recentes protagonizados por artistas que façam parte de seu elenco televisivo ou por filmes produzidos por suas empresas. A preocupação da TV Cultura é diferente. Nessa emissora podemos encontrar, regularmente, a exibição de filmes brasileiros que marcaram época enquanto linguagem cinematográfica e enquanto elementos centrais da cultura brasileira.

Em 2005, ano em que completou 40 anos de existência, a Rede Globo de Televisão ainda era a mais importante e poderosa empresa de comunicação brasileira, mas o império das Organizações Globo vai muito além da TV, como já vimos anteriormente. A liderança da Rede Globo (com 118 emissoras no país, ficando entre as cinco maiores do mundo) pode ser observada nos dados de audiência entre 51 e 61% da população durante todo o dia<sup>55</sup>; ficando o SBT na vice-liderança e as Redes Record e Bandeirantes brigando pela terceira posição do *ranking*. Embora o Jornal Nacional (JN) continue sendo o de maior audiência em todo o país e as telenovelas sejam o carro-chefe da emissora no campo da ficção, as empresas concorrentes vem desenvolvendo novas estratégias para conquistar os diferentes públicos.

Já há algum tempo, SBT, Bandeirantes e Record trocaram o horário dos telejornais para não concorrer com a Globo. Além disso, o SBT, descobriu no universo infanto-juvenil uma forma de seduzir a audiência do JN, estimulando a disputa entre pais e filhos pelo controle

---

<sup>55</sup> Para fazer essa análise, o dia foi dividido em três faixas de horário, ficando a Rede Globo com audiência de 44% das 7h às 12h, com 51% das 12h às 18h e 61% das 18h às 24h. O SBT apresenta esses números: 31%, 23% e 18%, a Rede Record, 8%, 9% e 8% e a Rede Bandeirantes, 12, 9% e 6%. (GRUPO DE MÍDIA SÃO PAULO. *Mídia dados 2005*. São Paulo: GM, 2005. p.158 e 160.).

remoto<sup>56</sup>; idéia que a Bandeirantes também adotou em 2005. Já a Record montou um importante núcleo de dramaturgia, disposta a concorrer com a número 1. E no primeiro round da disputa, ganhou pontos ao lançar a primeira telenovela religiosa da TV brasileira.

Por outro lado, as TVs públicas deram um grande passo para estimular a produção de documentários em todo o país, garantindo sua exibição nacionalmente e, a partir de 2006, em âmbito latino-americano. Trata-se do projeto DOC TV, Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro que financia e oferece apoio técnico a filmes documentais e garante sua exibição nas emissoras públicas. Desde 2003, o programa vem incentivando e divulgando a produção regional de documentários da ação conjunta do Ministério da Cultura (MinC), da Fundação Pe. Anchieta e da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC).

Outro projeto que merece destaque é *Revelando os Brasís*<sup>57</sup>. Trata-se de um projeto de formação audiovisual iniciado em 2004 que viabilizou a produção de 40 vídeos digitais em municípios de até 20 mil habitantes e que conta com a participação dos moradores da região. A iniciativa é do Ministério da cultura, por meio da Secretaria do Audiovisual e do Centro Técnico do audiovisual (CTAv) em parceria com o Instituto Marlin Azul, do Espírito Santo. Os 40 filmes produzidos em 2004 estão sendo mostrados desde outubro de 2005 no Canal Futura e em diferentes salas de cinema alternativas do país.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Em 1996, a telenovela infantil *Chiquititas* se tornou febre nacional. O roteiro era Argentino, com personagens brasileiros. DE lá para cá, o SBT não parou de importar telenovelas argentinas e mexicanas, mais baratas em termos de produção. Em 2005, a BAND comprou o roteiro argentino de Florisbela, exibindo-o com personagens nacionais.

<sup>57</sup> Para mais detalhes sobre o projeto ver a página [www.revelandoosbrasis.com.br](http://www.revelandoosbrasis.com.br). Acesso em fev 2006.

<sup>58</sup> Em novembro de 2005 foram abertas as inscrições para a segunda edição do projeto. Vale ressaltar que esse tipo de projeto é semelhante à proposta da Associação Brasileira de Vídeo Alternativo, de estimular e formar produtores de vídeo em todo país. Também é similar aos projetos de comunicação alternativa desenvolvidos com vigor nos anos 80/90 que pleiteavam uma comunicação desenvolvida pelo povo e para o povo. A diferença entre os projetos é que, pela primeira vez, o governo federal é co-autor de tal iniciativa.

Além disso, 2005 marca o primeiro ano de existência da TV por assinatura Castelo Ra-Tim-Bum, com programação dedicada ao público infanto-juvenil. Ela possui apenas 20% de penetração na base assinante, já tem sua receita de publicidade maior do que a de assinaturas, e conta com o licenciamento de produtos como uma importante fonte de receitas.<sup>59</sup>

No que diz respeito as TVs por assinatura pela primeira vez empresas como a norte-americana HBO decidiram aplicar recursos na produção de séries nacionais, uma tendência que parece crescer em 2006, com a FOX tendo anunciado a co-produção, com a Total Filmes, da série *Avassaladoras* (versão nacional da série norte-americana *Sex and the City*). Em 2005, a HBO co-produziu e exibiu a série *Mandrake* (produtora Conspirações Filmes) que também foi exibida na TV aberta, através da Record.

Em 2005, as empresas TVs por assinatura conseguiram chegar a casa dos 4 milhões de assinantes, crescendo 9% na base de subscritos e outros 24% em termos de publicidade. Isso representa, segundo o Anuário Pay-TV 2006, um crescimento de 12,5% sendo a convergência tecnológica e a banda larga a grande sensação, embora os serviços de voz ainda frustre as expectativas dos clientes.

Quanto às audiências, a maioria da população, principalmente aquela com poucas condições financeiras para desfrutar e/ou pagar outras opções de lazer, tem na TV sua principal fonte de informação e lazer. De acordo com dados do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM), em agosto de 2005 os brasileiros viam 3,5 horas de TV por dia, sendo que 81% da população o fazia todos os dias.

---

<sup>59</sup> Os dados sobre as empresas de TV foram retiradas da Revista Telaviva, dez/2005, nº 156, na matéria “TVs Querem mais em 2006”, escrita por Ediane Parente.

# Marco Teórico:

## A Comunicação como Mercado

**O direito à cultura não é só ver filmes. Também temos que garantir a população o direito de conhecer a linguagem audiovisual e realizar suas próprias produções . Sejam elas para o cinema, para a TV, para Internet...**

**Orlando Senna, 2004 (adaptação)**

### 3.1 INTRODUÇÃO

O **conceito de mercado** é amplo e, nesta pesquisa é observado desde o ponto de vista da Economia Política da Comunicação e dos Estudos Culturais desde sua perspectiva crítica, na tentativa de oferecer uma abordagem transdisciplinar<sup>60</sup> por considerarmos que se trata de um fenômeno cada vez mais complexo. Um fenômeno que não pode ser analisado fora do contexto da oligopolização, da concentração das empresas de comunicação, da globalização da economia, da mundialização da cultura ou da transnacionalização das empresas. Nesta análise, é preciso acrescentar ainda o papel das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC's), da convergência digital e o papel do Estado nas novas relações que passaram a ser estabelecidas nos planos nacional e internacional.

Como lembram Caparelli e Lima (2004:10) a convergência das comunicações e a sua relação com a televisão fazem parte de uma trama em movimento. Uma trama como

milhares de fios que se entrecruzassem e, a cada momento, o pesquisador desconhecesse até onde vai a televisão e começa a economia; até onde vão a TV e as telecomunicações; até onde vai a economia e começa a cultura, e assim por diante (...) essa trama é precisamente onde nenhuma dessas práticas termina ou começa e, de certa maneira, ela é uma dessas formas com que se revestem essas práticas.

Desde o ponto de vista econômico de análise, o mercado é o conjunto dos produtos (ou um grupo de produtos) e uma área geográfica na qual ele é produzido ou vendido. Esta é a

---

<sup>60</sup> É concebida aqui como a integração dos saberes. A transdisciplinaridade é vista como multidimensional, multireferencial, oferecendo diferentes percepções da realidade, ou seja, permite uma percepção mais ampliada, mais unificadora do mundo. Isto porque a transdisciplinaridade diz respeito à dinâmica dos diferentes níveis de realidade e de pontos de vista sobre um objeto ou fato social. Como bem diz a Carta da Transdisciplinaridade (1994) exige o conhecimento de si de do outro, respeitando as diferenças e os diferentes olhares, pois não é apenas um método, mas um modo de ser, uma postura perante o mundo.

definição mais comum da análise concorrencial, como lembra Possas (1996)<sup>61</sup>. Unindo a esta definição os agentes do mercado (produtores, distribuidores e consumidores) o conceito de mercado passa a ser compreendido como o conjunto de agentes produtores, distribuidores e consumidores, mais os produtos em si e a área geográfica em que ele é produzido, vendido e consumido.

Mas é preciso não esquecer que os mercados podem ser muito mais amplos que o espaço local, regional ou nacional. Hoje a noção de mercado envolve a circulação de produtos culturais – no caso do presente estudo – audiovisuais que podem circular transnacionalmente; onde os roteiros e diferentes formatos são adaptados à realidade sócio-econômica, religiosa e cultural de cada país.

E aí entram os conceitos tratados no primeiro parágrafo deste apartado teórico: a globalização da economia, a mundialização da cultura e a transnacionalização das empresas. No que diz respeito à diferenciação entre a globalização e mundialização, utilizamos o conceito de Ortiz (1994) que diferencia a globalização, como um fator econômico, e a mundialização, como sendo relativa ao campo da cultura. Isso nos ajuda a ir além da diferença teórica elaborada por pesquisadores norte-americanos e seus críticos europeus (anos 80), ou reduzi-la a um grito de guerra das multinacionais (BRAUMANN, 1999).

Por globalização (JOFRE, 1996) compreendemos um estado de internacionalização avançada da empresa que integra suas atividades num plano mundial em todas suas dimensões: gestão, controle financeiro, pesquisa & desenvolvimento, produção e venda. Nesse

---

61 Ver Possas, Mário Luiz, **Os conceitos de mercado relevante e de poder de mercado no âmbito da defesa da concorrência**, 1996, artigo disponível em <http://www.ie.ufrj.br/grc/> em setembro de 2005.

sentido, a empresa busca tirar vantagem não apenas no plano local, mas também com a combinação mais eficiente das atividades no âmbito global. Isso significa que a sua vantagem competitiva ocorre pela existência de uma rede internacional de atividades. Mas a globalização não pode apagar as barreiras políticas, lingüísticas ou culturais. Por isso, integra a co-existência entre o local e o global (passando pelos planos do regional, nacional e macro-regionais) através das redes constituídas por empresas interdependentes e conectadas entre si, cuja tendência é fundir-se no tecido econômico, social e cultural.

Os anos 70 são o período em que a globalização começa a expandir-se, demarcando a nova face do capitalismo contemporâneo. Esse capitalismo globalizado<sup>62</sup> inclui relações transnacionais que, como lembra Brittos (2005), ao longo do século XX teve a participação das corporações e que agora contam com diferentes possibilidades de associações entre empresas e Estados. Eles formam blocos empresariais ou geo-políticos-econômicos que deslocam o papel predominante até então destinado ao poder estatal, enfraquecendo este último. Com relação ao passado, é possível dizer que entre as mudanças trazidas pela globalização econômica e a mundialização da cultura mais importantes, estão:

- A dimensão planetária plena de interações;
- A grande velocidade de propagação e crescente simultaneidade dos impactos;
- A ampliação do espectro e capacidade de influência dos fluxos de bens, mensagens e idéias que circulam e interagem no mundo;
- A maior especialização dos circuitos de comunicação, que contribuem para segmentar as sociedades em níveis diferenciados (MONETA, 1999).

---

<sup>62</sup> Vale a pena observar as pesquisas realizadas por Armand Mattellart onde o autor belga discute a questão da globalização, lembrando que o mesmo processo já teve diferentes nomes, mas que começa no século XV durante o período das grandes navegações.



Mas a estruturação desse espaço global é desequilibrada, porque nem todos os espaços locais podem constituir redes internacionais. Além disso, existe uma fragmentação do espaço local na medida que as conexões realizadas com o sistema global não permitem um desenvolvimento equilibrado. Esta desterritorialização da economia é acompanhada, ao mesmo tempo, de uma desterritorialização da cultura, dando espaço ao surgimento de um movimento de mundialização da cultura, com o surgimento de redes de TV mundializadas, como é o caso da MTV. Mas a mundialização da cultura traz a tona um outro movimento: o de reforço da identidade local, ainda que estereotipada e parcial, para possibilitar que as audiências se reconheçam nos produtos culturais.

Passamos de uma sociedade industrial para uma sociedade onde prevalece uma nova ordem tecnológica<sup>63</sup>, onde o fordismo e a sociedade de massas alcançaram seus limites econômicos. Nessa sociedade, que alguns pesquisadores pretendem como “pós-moderna”, não se trata de alcançar uma audiência mundial, mas de alcançar públicos específicos a partir das diferentes ofertas de TV por assinatura e, mais recentemente, com a TV por internet, com a TV digital e as possibilidades ainda não totalmente conhecidas da convergência tecnológica. Essas possibilidades dizem respeito ao desenvolvimento de um parque industrial para o país, ao desenvolvimento de uma indústria de conteúdos de caráter local e regional, assim como ao desenvolvimentos de projetos de inclusão social e social a partir da utilização das tecnologias de informação e comunicação (TIC's).

---

<sup>63</sup> Sobre o tema ver Barbosa Filho e Castro (2005).

No campo econômico existe um movimento local-global, conhecido como glocalização<sup>64</sup> cuja complexidade faz com que um espaço (o global) necessite do outro (o local) e vice-versa para sobreviverem e se desenvolver. Também no âmbito da cultura é possível afirmar que ocorre uma relação semelhante, a partir de um movimento de uniformização-diferenciação. Isto é, a constituição de uma cultura mundial pode levar a modelos uniformizados (formatos televisivos, estilos musicais, modos de vestir ou dançar, tipos de festas, etc), como comentamos há pouco. Por outro lado, para existir e sobreviver, cada sociedade precisa manter sua identidade e diferença cultural<sup>65</sup>, e é esse “novo e diferente”<sup>66</sup> que alimenta a indústria cultural. É essa “marca identitária e cultural” que será publicizada nas diferentes mídias, principalmente a televisão, constituindo assim, uma representação simbólica sobre quem somos e o que somos.

Vale recordar que o processo de globalização confunde o campo de competência dos territórios-nações e também introduz um elemento de fragilidade nas marcas de identidade cultural que neles se configuram historicamente; por isso mesmo o ocorre o movimento contrário das sociedades em defesa e reafirmação do local. Como lembra Vassalo Lopes (2004: 16), a diferença cultural, enquanto corresponde a uma identidade histórica e geograficamente constituída, é submetida à tensão pela competitividade do mercado e pela forte tendência da conquista de um público externo. Isso porque, reflete a autora, a transgressão das fronteiras nacionais é também a transgressão dos universos simbólicos.

---

<sup>64</sup>Segundo Renato Ortiz (1994), a palavra *glocalização* nasceu de uma palavra japonesa aplicada a agricultura e que na gíria empresarial significa “localização global”. Isto é, se trata de uma perspectiva global adaptada as condições locais, assim como a globalização do local. A glocalização é uma prática habitual das empresas de comunicação transnacionais na busca pela ampliação de novos mercados. É verdade que os produtos transnacionais televisivos não são uma novidade no mercado televisivo, basta recordar o êxito das telenovelas brasileiras no exterior; as latino-americanas, inclusive no Brasil através do SBT; dos seriados norte-americanos, dos esportes ou dos vídeos clips.

<sup>65</sup> Sobre essa discussão ver os estudos dos Matellart (1993) no campo da Economia Política da Comunicação ou, mais recentemente, as pesquisas sobre diversidade cultural e identidade desenvolvidas pelos Estudos Culturais Críticos.

<sup>66</sup> Sobre a economia da diferenciação ver o trabalho de Hercovici (1999).

Ao tratar do processo de desterritorialização/reterritorialização, Mattelart (1993) conta que os dois processos co-existem e que no audiovisual, esse processo dá espaço para a criação de *supergêneros*. Isto é, a fusão de elementos constitutivos de vários gêneros no mesmo produto e o reforço da potencialidade deles pela hibridização dos formatos<sup>67</sup>.

No que diz respeito ao contexto da comunicação e da cultura, Tremblay (1999:107) vai dizer que é preciso diferenciar entre as indústrias de equipamentos de suportes (aparelhos de televisão, DVDs, etc), as indústrias de redes (ondas hertzianas, cabo, satélite, microondas) e as indústrias criativas, ou seja, de produção de conteúdo audiovisual. Isto porque a aceleração da mundialização da cultura e da globalização pode se manifestar de diferentes maneiras:

- A distribuição ou difusão de produtos culturais de origem estrangeira no mercado audiovisual;
- O investimento de capital estrangeiros nas indústrias nacionais, seja pela compra ou fusão de empresas, pela abertura de sucursais ou ainda pelas alianças entre os grupos;
- As co-produções;
- A adoção de fórmulas (e formatos) estrangeiros para a criação de produtos locais;
- A adoção das legislações e regulações nacionais.

No caso brasileiro, a internacionalização do mercado audiovisual aparece em todas as formas acima citadas. No campo econômico é possível observar principalmente depois que a legislação de 2002 permitiu a entrada de até 30% de capital estrangeiro nas empresas de comunicação brasileiras. Quanto a produção audiovisual aumentam o número de programas

---

<sup>67</sup> A questão dos gêneros discursivos será tratada mais adiante neste capítulo.

transnacionalizados, como é o caso das versões brasileiras de *reality shows* internacionais ou das telenovelas com roteiro adaptados que são levados ao ar em algumas redes, como ocorre com o SBT ou a Rede Bandeirantes. Também as co-produções de séries para TV tem crescido, ao ponto dos canais internacionais Fox e HBO descobrirem e apostarem nesse mercado potencial.

Isto porque, a cultura vista desde o ponto de vista da Economia, configura um setor econômico no qual a produção e os usos sociais podem ser observadas como a coluna vertebral da sociedade, já que vai influenciar nos modos de sentir e ver o mundo, além de manejar negócios milionários. Estamos nos referindo a existência de uma indústria de conteúdos até então restrita ao cinema ou a TV, mas que atualmente inclui a convergência tecnológica com internet e com os celulares.

Em uma sociedade da informação e da comunicação, a cultura, segundo Braumann (1999), entra no sistema econômico. Seus principais elementos são os serviços (atividades que exigem transações repetidas); os produtos (atividade que exige apenas uma compra por parte do consumidor), as aplicações (atividades que exigem a utilização de programas de informática, por exemplo) e os programas (atividades dirigidas a determinados consumidores). Nessa indústria emergente, o capital criativo e intelectual é mais importante que o capital financeiro e obedece a lógicas diferenciadas de produção fabril.

A noção clássica de Flichy (1980, Apud BOLAÑO, 1999), a partir da Economia da Comunicação e da Cultura fala de dois modelos gerais de organização e funcionamento das indústrias culturais: a indústria editorial e a de onda, no sentido de fluxo. Entre as primeiras estão incluídos desde a edição de livros até a indústria videográfica, passando pelo disco, pelo

CD, pelo cinema ou pelo DVD. Entre as segundas, estão incluídos o rádio e a televisão, cuja lógica econômica é diferente, pois apresenta produtos culturais articulados no interior de uma programação<sup>68</sup> contínua que mantém fiel a uma determinada audiência pela repetição, pela ritualização do hábito de ver TV ou escutar o rádio em determinados horários e preferências estéticas das audiências. Bolaño (1995<sup>a</sup>) vai definir tal situação como *padrão tecnoestético*, o que, para o pesquisador, explica as características da “imagem da marca” que cada emissora de TV, seja aberta ou por assinatura, desenvolve para diferenciar-se das concorrentes. No Brasil, exemplos da imagem da marca é o padrão Globo de qualidade e a aposta da Rede Bandeirantes nos esportes, transformando-a no *canal do esporte*.

### 3.2 UMA NOVA ORDEM TECNOLÓGICA

No plano tecnológico, as inovações são geralmente identificadas com a própria globalização. No que diz respeito a esta questão, acreditamos que estamos frente a uma *Nova Ordem Tecnológica*, que - mais do que uma apologia às tecnologias e a convergência digital propõe o reconhecimento de suas debilidades e fortalezas. Debilidades como o risco de ampliar a brecha digital, e fortalezas como a possibilidade de apropriação universal do conhecimento.

Mas, principalmente, reconhece que o mundo, desde o aparecimento da rede mundial dos computadores no final do século XX, vem sofrendo uma ampla e rápida transformação na

---

<sup>68</sup> A programação é aqui concebida como o faz Aronchi: como um conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão, onde o principal elemento é o horário de transmissão de cada programa. A programação pode ser horizontal, como acontece nas TVs abertas, que estipulam um horário fixo para determinado gênero todos os dias da semana (ex. telenovelas) ou pode ser vertical. Já as TVs por assinatura usam programação diagonal e vertical, ou seja os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados – chamados horários alternativos - para dar audiência em vários horários e também para fechar a grade de programação.

área da economia, da política, da cultura e das relações sociais e se propõe a estudar e pensar alternativas sobre o tema.

Com tais transformações a caminho, os atores sociais precisam ter possibilidade de apropriar-se dessas tecnologias através de projetos de inclusão digital, de geração de conhecimento, de produção de conteúdos, de desenvolvimento de uma indústria criativa que poderá gerar mais empregos e, por que não, ampliar parque tecnológico nacional (veja-se o caso do Sistema Brasileiro de TV digital – SBTVD, que cujo projeto envolveu mais de 1500 pesquisadores brasileiros de diferentes regiões do país e ampliou o P&D brasileiro.<sup>69</sup>).

A convergência diz respeito a uma mudança tecnológica profunda que, por exemplo na Economia, deverá transformar a relação do modelo de negócios no campo da Comunicação, pois se trata de convergência também de conteúdos, de criação de novos formatos, novas formas de pensar a comunicação, incluindo-se aí a Publicidade. Também modificará as relações entre o campo da produção e da recepção e, por consequência, vai transformar a relação das audiências com as mídias, pois essas mesmas audiências não apenas poderão desenvolver relação de interatividade com os produtores de programas, como passar de simples receptores a produtores de conteúdo, seja para jornais *on line*, para rádios ou TVs comunitárias ou ainda vender esses produtos culturais para TVs comerciais, sejam abertas ou por assinatura.

---

<sup>69</sup> Sobre o tema ver os trabalhos realizados anteriormente por Barbosa Filho e Castro (2005, 2005<sup>a</sup> e 2005b).

### 3.3 MUDANÇAS NOS CAMPOS TÉCNICO, ECONÔMICO E POLÍTICO

Em texto recente, André Barbosa Filho (2005) recorda as palavras de Wilson Dizard. O autor norte-americano afirma que as mudanças no campo da mídia estão acontecendo em três níveis: técnico, político e econômico. Em **termos técnicos**, os meios de comunicação estão se adaptando às novas perspectivas abertas pela digitalização dos seus produtos tradicionais.

No caso dos celulares, por exemplo, além de fazerem e receberem chamadas, enviarem e receberem mensagens, os celulares foram transformados em quase uma extensão do corpo com múltiplas funções. São aparelhos multimídia digitais que permitem usar Internet, acessar e-mails ou baixar programas, ouvir rádio, assistir programas de TV, tirar fotos e fazer vídeos caseiros (e, por que não, profissionais?). Dentro de pouco tempo, também estaremos recebendo – a módicos preços - filmes curta-metragens nos celulares, sendo que as sinopses de alguns programas da Rede Globo e da TV Bandeirantes já estão sendo disponibilizados nos celulares da Vivo, desde 2005<sup>70</sup>.

Foi-se o tempo que havia uma máquina exclusiva para cada atividade de mídia, seja ela para uso privado ou profissional. Hoje elas convergem em funções e atividades, sendo oferecidas em tamanhos cada vez mais compactos, como é o caso dos *Palms* e dos aparelhos sem fios que permitem utilizar Internet em qualquer lugar do planeta sem necessitar de conexão telefônica. Tratar de convergência tecnológica significa, por exemplo, pensar o uso comum - ou em separado - da TV, rádio, Internet, cinema e celulares, assim como a

---

<sup>70</sup> No caso da Vivo, a empresa possui vários parceiros de conteúdos, sendo que os principais são a Rede Globo, Bandeirantes, Fox, Nickelodeon e Discovery. Também trabalham com empresas independentes, como Mobile Fun, Terra ou a empresa de animação Anime Mundi. Os conteúdos são oferecidos por *download* e *streaming* aos clientes.

possibilidade de passar arquivos de imagem, texto ou áudio de um para outro aparelho digital e de se construir sozinho ou coletivamente novos conteúdos.

Os atores sociais que já dispõem de aparelhos celulares digitais são cidadãos que se mantêm conectados com o mundo praticamente 24 horas por dia. Além das fotos, dos vídeos, das músicas e dos programas que baixam de internet através dos aparelhos celulares de última geração, eles podem enviar arquivos de imagem, texto ou música para seus amigos, comunidade ou simplesmente anexar no seu *blog* ou *fotoblog*, dando visibilidade ao seu cotidiano e história pessoal todos os interessados em procurá-la através da web. Essas atividades, hoje restritas aos brasileiros de classe média e alta que possuem celulares digitais pós-pagos poderia ser ampliada para a maior parte da população, como já ocorre nos países asiáticos.

Sabe-se que em países asiáticos, como a Coreia e o Japão, o acesso aos celulares de última geração são oferecidos a preços populares. Mas isso não ocorre em países periféricos como o Brasil, onde o número de telefones celulares chegou em 2005 a casa dos 86 milhões de aparelhos, em sua maioria pré-pagos<sup>71</sup>. Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) do total de aparelhos, 80,8% estão no sistema pré-pago, ou seja, necessita da compra de créditos através de cartão. Apenas 19% dos clientes de telefonia móvel possuem contas no sistema pós-pago, pagando suas ligações na conta de telefone.

Quanto ao uso da Internet, nos EUA e Canadá os índices de utilização ultrapassam a casa dos 60% no começo do século XXI (BRITTOS, 2000). Dados de janeiro de 2005 (BARBOSA, CASTRO, 2005), mostravam que os EUA estavam em primeiro lugar no

---

<sup>71</sup> O número de celulares alcançado no ano passado supera em muito as previsões para o setor feitas pela própria Anatel em 2000. Naquela época, previu-se que o setor teria 58 milhões de celulares em 2005, bem abaixo dos 86,2 milhões verificados em 2005 ou e a estimativa do setor de 100 milhões de acessos para 2006.



quesito acessos, enquanto o Brasil aparecia no 9º lugar. O número de usuários residenciais que acessaram a internet registrou no país em dezembro crescimento de 12,4% em relação ao mesmo mês de 2004. Os cerca de 12,2 milhões de internautas brasileiros que acessaram a internet desde a sua casa em dezembro de 2005 navegaram em média 17 horas e 59 minutos, um aumento de 34% sobre as 13 horas e 34 minutos de navegação média mensal registrada em 2004 <sup>72</sup>.

De acordo com esse levantamento, que analisa o comportamento das pessoas que acessam internet em outros dez países, o Brasil continua liderando o ranking de tempo nos acessos a partir da residência. Ou seja, ao serem comparados aos internautas de Estados Unidos, Japão, Austrália, França, Alemanha, Itália, Espanha, Suécia, Suíça e Reino Unido, os brasileiros ficam, em média, mais tempo navegando na rede mundial de computadores. Um dado que por si só já mereceria um detalhado estudo, para analisar a possibilidade de transferência das audiências de TV (aberta ou por assinatura) para as telas dos computadores, principalmente agora que já é possível assistir TV pela Internet. Nos EUA, um estudo apresentado em 2005 pela empresa de conteúdos *online* Scripps aponta que cerca de 94 milhões de pessoas assistiram a algum conteúdo de vídeo via *broadband*, uma possibilidade de mercado ainda pouco explorada no Brasil. <sup>73</sup>

**Em termos políticos**, Dizard (2000) recorda que há importantes transformações pela frente. No entanto, gostaríamos de diferenciar as questões políticas – que consideramos mais amplas – de **marco regulatório**, cujo tema nos centraremos brevemente a seguir.

---

<sup>72</sup> Dados foram divulgados jan de 2006 pelo Ibope Inteligência, empresa do grupo Ibope que monitora os setores de mídia e consumo.

<sup>73</sup> Entre abril e junho do ano passado, época do levantamento, estas pessoas assistiam em média a 73 minutos de vídeo na web por mês; um número ainda baixo, mas que pode representar uma tendência a ser levada em consideração, já que é uma mídia recente, a qual a maior parte das pessoas não tem o hábito de utilizar.

As Tecnologias da Comunicação e da Informação (TIC's) exigem novas leis e regulamentações no que diz respeito aos poderes federal, estadual e local, como a redução das barreiras que limitam as empresas de mídia - sejam elas públicas, privadas, mistas ou comunitárias - no uso das novas tecnologias. Outro debate importante está relacionado ao debate sobre o papel e estatuto da telefonia celular: se deve (ou não) deslocar-se do campo das *teles* para o da Comunicação produzindo conteúdos, além de transmiti-los. No caso brasileiro, urge uma nova regulação através da Nova Lei Geral de Comunicação Eletrônica que contará com a participação de diferentes atores sociais.

Nesse sentido, lembra Posebon (2005), precisamos refletir sobre o conceito de comunicações. Para Murilo Ramos (2002), o termo comunicações compreende conceitualmente, além da comunicação social eletrônica e comunicação audiovisual, também as telecomunicações, isto é, telefonia e transmissão de dados. Comunicação audiovisual designa a comunicação social eletrônica, enquanto segmento do setor amplo das comunicações, acrescido do segmento cinema. Quanto à comunicação social eletrônica, ela refere-se ao rádio e à televisão, bem como aos novos meios decorrentes da introdução da tecnologia digital de transmissão de sinais, nos termos da Constituição Federal, em seu Capítulo Da Comunicação Social, Artigos 220 a 224.<sup>74</sup> Também com base na Constituição Federal do Brasil (Artigo 220), podemos definir, diz Posebon, comunicação social como o "a manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a informação sob qualquer forma, processo ou veículo".

Dizard (2000:13) lembra que em **termos econômicos**, duas tendências dominam o cenário e isso ocorre tanto em países do primeiro mundo, quanto em periféricos. Uma delas é

---

<sup>74</sup> Ver Ramos, Murilo César, *Crítica do ambiente regulatório da comunicação audiovisual brasileira: fragmentação política e dispersão normativa*, julho de 2002.

a consolidação de poder dentro dos grandes conglomerados de mídia denunciada já em 1996 pelo pesquisador norte-americano Neil Postman. Por outro lado, está o poder contra-hegemônico representado pelo aparecimento de empresas de pequeno porte que desafiam esses conglomerados, “tanto no campo da produção inovadora quanto na agilidade comercial desses novos atores”.

Essas empresas, representadas por atores sociais que às vezes trabalham sozinhos ou em duplas, abrem caminho para alternativas de conteúdo, inclusive para o desenvolvimento de uma indústria criativa na região. Uma indústria criativa que abra espaço às novas gerações produzirem conteúdos no campo do entretenimento, da educação e da informação, como vem ocorrendo na Irlanda, na Grã-Bretanha e na Finlândia. E se pensarmos que a convergência tecnológica inclui conteúdos para TV, Internet, rádio, cinema, *games* e celulares em conjunto ou separadamente, há um amplo campo a ser explorado na área da produção audiovisual.

### **3.4 NOVAS COMUNICABILIDADES E RELACIONAMENTOS**

A Nova Ordem Tecnológica vai além de transformações no campo da técnica, da política e da economia. Ela implica também em mudanças de atitude e comportamento entre os diferentes atores sociais e no uso e apropriação das mídias digitais. Ou seja, o uso e apropriação das TIC's possibilitam novas formas de estar, perceber e sentir o mundo, assim como novas formas de comunicabilidade e relacionamentos.

Pensar na convergência das mídias requer de todos aqueles que – como eu – fomos criados em ambiente analógico algo mais que uma mudança de postura. Requer um novo aprendizado e uma lógica de raciocínio facilmente encontrável entre as novas gerações. Essa

reflexão é necessária porque a geração que está na casa dos 40 - que em geral ocupa cargos de chefia, gerenciamento, comando, pesquisa ou salas de aula - começou a usar computadores há 15 anos e começou a usar Internet há (pelo menos) 12 anos.

Isso significa que, enquanto as gerações entre 30 e 40 anos em diante aprenderam a desenvolver suas habilidades em tecnologia analógica, prestando atenção em uma coisa de cada vez, as gerações que hoje se encontram entre os 10 e 20 anos nasceram sob o signo das tecnologias digitais. E isso representa uma forma de pensar e estar no mundo radicalmente diferente das demais gerações.

Adolescentes e jovens de classe média e alta no Brasil premidos pela violência urbana fogem das ruas em direção aos *shopping centers* e as *lan houses* são estimulados a usar as TIC's. Eles desenvolvem habilidades diferenciadas e atenção múltipla. Não apenas dominam a lógica dos computadores e seus diferentes programas e / ou *games*, como conseguem realizar várias atividades ao mesmo tempo. Esses jovens atores sociais organizados em comunidades de relacionamento como o *Orkut* ainda são pouco estudados ou levados em conta na hora da proposição de políticas públicas de comunicação e educação ou na elaboração de projetos de mídias digitais.

### **3.5 A QUESTÃO DE GÊNERO EM MEIO À NOVA ORDEM TECNOLÓGICA**

Em meio a tantas mudanças no campo sócio-econômico, cultural, o que dizer dos produtos televisivos e cinematográficos que circulam no mercado audiovisual brasileiro?

Hoje se pode afirmar que **não** há um *gênero* puro de narrativa de ficção em TV nem nas narrativas cinematográficas. Elas estão impregnadas de outras narrativas e também da realidade, o que se reflete principalmente nos documentários. Neste sentido, a noção de *gênero* é concebida aqui como o faz o pesquisador espanhol, Jesús Martín Barbero (1987), como uma mediação: como matriz cultural e estratégia de comunicabilidade constitutiva do meio e elemento essencial da expressão do público. Sua função, seja em programas de ficção ou de realidade, é situar a audiência em relação aos diferentes programas, permitindo sua classificação em modelos e formatos reconhecíveis (CASTRO, 2003).

Já a ficção é o local entre dois mundos – o real e o imaginário – se encontram para tornar crível o que estamos assistindo. O termo ficção vem do inglês (*fiction*) e inicialmente foi utilizado na televisão para contrapor-se ao mundo da realidade. Mas hoje se entende por ficção aqueles *gêneros* de corte dramático, algo parecido com o drama, que em inglês (*drama*) corresponderia a conflito. A narração ficcional televisiva se dilatou tanto em espaço e também no tempo que, como comentou a Argentina Nora Mazziotti (1993), se transformou em *transgênero*, colaborando para o surgimento dos *reality shows*, dos *talk shows* e dos *late shows*, por exemplo. Em termos de documentários, particularmente, os produzidos para televisão, o que se observa é uma prática audiovisual cada vez mais parecida ao jornalismo televisivo, fato que tem gerado críticas e preocupação entre os especialistas do setor e instituições como a Agência Nacional do Cinema (Ancine).

No que diz respeito à narrativa de ficção, é possível dizer que há três efeitos mitogênicos gerados por este tipo de narrativa (GURBERN, 1997). O primeiro ocorre pela presença dos personagens como uma presença familiar que nos faz companhia todos os dias, por seu caráter habitual no espaço doméstico. O segundo diz respeito ao arquétipo de cada personagem, já

conhecidos desde o teatro e o folhetim e que também aparecem nas histórias que escutamos desde crianças relatadas por nossos pais e avós. E o terceiro efeito mitogênico está relacionado ao fato que os personagens se caracterizam por um fluxo biográfico contínuo, como eu ou você, permitindo as audiências, constante identificação ou repúdio, seja em programas de ficção ou formatos que misturem ficção e realidade.

De acordo com José Ángel Cortés (1999), a programação de ficção da televisão desde os anos 80/90 busca elementos replicantes que recordem programas de êxito. Ou seja, que nos recordem formatos já vistos agora revestidos de *novos*. O autor espanhol, utilizando quase a mesma idéia de Jesús Martín-Barbero y Muñoz (1992), afirma que tudo isso tem o propósito de acertar, buscando no inconsciente do público as marcas de algo já visto que - por seu tratamento - pareça novidade. Tais programas possuem os mesmos parâmetros imaginativos e criativos de tantas outras histórias já conhecidas em nosso imaginário (seja através dos contos, dos mitos, das radionovelas, das telenovelas, etc.).

Para Valério Fuenzalida (2002:99), o discurso televisivo deve ser considerado uma linguagem lúdico-afetiva, particularmente no que diz respeito à categoria entretenimento. Segundo o pesquisador chileno, a linguagem polissêmica e *glamourosa* afetam mais a fantasia e a afetividade que a racionalidade humana e é regida mais pela retórica dramática do que pela lógica formal. Nesse sentido, podemos retomar Ong (1982, Apud CASTRO, 2003) que comparou a semelhança entre a oralidade primária, que é anterior à alfabetização e à escrita, e a chegada da linguagem audiovisual, considerando-a como uma “segunda oralidade”. Essa segunda oralidade – da linguagem audiovisual – é, entre outras características, enunciativa, antes que analítica; repetitiva antes que inovadora; redundante antes que austera; próxima ao

mundo vivo e do cotidiano das pessoas antes que abstrata e absolutamente adaptável às audiências.

Entre os programas de entretenimento, os *reality shows* – esse formato híbrido que mistura realidade e ficção – são os que mais tem se espalhado pelas emissoras de TV de todo o mundo<sup>75</sup>, em maior ou menor intensidade, exibindo programas a partir da eleição dos aspectos mais dramáticos, competitivos ou divertidos da realidade cotidiana. O êxito dos diferentes formatos é tão grande que, em 2005, foi produzido pelo menos um *reality show* nas principais TVs abertas comerciais brasileiras. Sob a capa da novidade, programas como *Big Brother Brasil* e *Fama* (Globo), *O Grande Perdedor* (SBT), *O Aprendiz* (Record) ou *Bola 10* (Bandeirantes) misturam velhos formatos já conhecidos das audiências.

Mas a força dos *reality shows* não se restringiu a TV aberta. Nas TVs por assinatura foi possível acompanhar *reality shows* importados ou projetos nacionais, como é o caso do Projeto 48 horas – Brasil (TNT), onde um trio de cineastas precisa produzir um filme em 48 horas e o escolhido é exibido em toda América Latina, o que ocorreu no dia 26 de dezembro, assim como a versão brasileira de *O Aprendiz*, exibida no canal People + Arts. Também o Canal Futura apostou no filão, lançando em novembro o *reality show* Trilheiros, onde um grupo de adolescentes são selecionados entre organizações não-governamentais e vão descobrir os caminhos do turismo regional, sem estimular a competição desenfreada.

---

<sup>75</sup> Somente a empresa holandesa Endemol possui mais de 400 formatos de *reality shows*.

TVs Abertas Comerciais	Produção de <i>Reality Shows</i> nacionais em 2005
Globo	<i>Big Brother Brasil</i> <i>Fama</i>
SBT	<i>O Grande Perdedor</i> <i>Casamento à Moda Antiga</i> (pré-gravado)
Bandeirantes	<i>Bola 10</i>
Record	<i>O Aprendiz</i>
Rede TV	-
MTV	<i>Projeto Piloto</i>

Quadro 2: Redes comerciais de tv aberta – VHF

TVs por Assinatura	Tipo de Emissora	Produção de <i>Reality Shows</i> em 2005
TNT	internacional	<i>48 horas - Brasil</i>
Canal Futura	Nacional (Organizações Globo)	<i>Trilheiros</i>
MTV	Versão brasileira de canal internacional	<i>Projeto Piloto</i>
People + Arts	internacional	<i>O Aprendiz versão Brasil</i>

Quadro 3: TVs por Assinatura

Os *gêneros* ficcionais podem ser observados desde os tempos dos gregos, quando os gêneros básicos para a literatura eram o épico, o lírico e o dramático. As antigas e tradicionais matrizes literárias foram sendo recicladas, constituindo assim um hibridismo literário. Esse hibridismo literário ao ser transposto para o cinema, para o rádio, para a televisão e, mais recentemente, para internet, resultou na formação de outras classificações e permitiram que outros modelos e formatos fossem (re) criados.

Mas houve um tempo que os *gêneros* televisivos ou cinematográficos eram mais rígidos. No caso dos gêneros televisivos, eles foram estudados por diferentes autores, como Williams e Newcomb (1986), que preferem falar não de programas diferentes, mas de faixas de programação, cada uma destinada a públicos distintos, por isso seja em termos de TV ou de cinema, não é possível falar mais em mercado. Temos “mercados” para diferentes idades,



sexo, religião, culturas, profissões, classe social, desde que começou a fase da multiplicidade da oferta, termo cunhado por Valério Brittos (2000). Antes disso, autores da Escola de Frankfurt consideraram que a indústria cultural utilizou os gêneros e estereótipos para alcançar seus objetivos de manipulação das massas.

Segundo Adorno (1954:388), o modelo de atitude do espectador antes que alguém possa interrogar-se sobre os conteúdos específicos, determina o modo como esse conteúdo é percebido.

Para compreender a televisão não basta destacar as implicações dos vários espetáculos e dos diferentes tipos de espetáculos; é necessário examinar também os pressupostos em que essas implicações funcionam, antes de pronunciar uma única palavra (...) a classificação dos espetáculos foi tão longe que o telespectador se aproxima antes de se encontrar com o próprio espetáculo.

Para o pensador italiano Mauro Wolf (1984:189), “os *gêneros* são sistemas de regras a que se faz referência - implícita o explicitamente - para realizar os processos comunicativos, seja do ponto de vista da produção ou da recepção”. Já Barbosa Filho (2003) define os *gêneros* da área de comunicação como unidades de informação que, estruturadas de acordo com seus agentes, estipulam a forma de apresentação do conteúdo acompanhando o momento histórico de produção da mensagem.

Como comentamos anteriormente, a função dos *gêneros* é situar a audiência em relação aos diferentes programas, permitindo sua classificação em modelos e formatos reconhecíveis (CASTRO, 2003). Essa identificação ocorre a partir das pautas de atuação de cada *formato*, aqui compreendido como o faz Aronchi (2004), como um termo utilizado pelos profissionais

de comunicação (seja de rádio ou TV) para designar as características, as *formas* e os *tipos* de produção de um programa de televisão. Os formatos estão relacionados aos diferentes gêneros podendo misturá-los e possibilitar novos programas híbridos. Os gêneros, por sua vez, obedecem a categorias. No caso do entretenimento – outro nível de estudo desta pesquisa – o consideramos como uma categoria, nos termos de Aronchi, ao lado das categorias informação e educação.

Conceituados como mitologias, reposições arquetípicas, restituições seletivas, estruturas narrativas, matrizes tradicionais, expressões de ideologia e poder, é possível afirmar que os *gêneros* encontram-se presentes em toda e qualquer forma literária e também em produções sonoras e audiovisuais. Embora não seja o tema deste livro, vale a pena recordar que a palavra mito vem do grego *mythos* e deriva de dois verbos: *mytheyo* (contar, narrar, falar algo para os outros) e do verbo *mytheo* (conversar, contar, anunciar, designar).

Para os gregos, o mito era um discurso pronunciado para os ouvintes que recebiam como verdadeira a narrativa, porque confiavam naquele que narrava. E como não acreditar, passados os séculos, nas histórias que nos contavam nossas avós, nossos pais, nas histórias que encontramos nos livros, nas peças teatrais, nos jornais, na rádio e na TV? Aliás, o rádio e a TV são os dois grandes companheiros em um mundo marcado pela urbanidade e pela solidão. Essas histórias resgatavam a origem da humanidade e refletiam a necessidade de identidade e reconhecimento que se mantém através dos tempos. Essas histórias têm sido repetidas em diferentes programas de entretenimento, particularmente os de ficção ou os que misturam ficção e realidade.

Nesse sentido, pode-se dizer que a categoria entretenimento, os gêneros e seus diferentes formatos passam por três fases na televisão:

- anos 70, quando a TV se volta para as pessoas, em busca das audiências;
- os anos 80, quando a audiências começa a ir até a televisão e contar as sua vida e problemas;
- os anos 90 quando as exigências de recuperar os investimentos, de produzir programas de baixo custo e aumentar as audiências fez com que aumentasse a produção de *reality shows* e/ou programas de auditório (*talk shows*) onde as pessoas expõem a vida privada em um espaço público.

Para finalizar, lembramos que definimos a categoria entretenimento como prioridade desta pesquisa porque representa o maior interesse das audiências brasileiras. Basta ver os índices de audiências das telenovelas, dos *reality shows* e dos programas de auditório, que também estão presentes na maior parte da grade de programação; um fenômeno que se repete mundialmente nas TVs abertas e por assinatura.

Embora o Brasil seja o maior produtor de produtos culturais para televisão e apresente 80% de conteúdos nacionais no horário nobre, perdendo apenas para os EUA, ainda estamos longe de levar ao ar conteúdos diversificados. Tanto nas TVs abertas e por assinatura faltam produtos audiovisuais diversificados, que contemplem diferentes gêneros e formatos da categoria entretenimento, assim como contemple a diversidade cultural das cinco regiões brasileiras, como poderemos observar na análise das produções locais.

# As TVs Abertas

**“Os produtos culturais lidam com imagens, símbolos e conceitos que já estavam na cultura popular ou na erudita e que são re-significados pelo público .**

**Eunice Durham**

## 4.1 INTRODUÇÃO

Criada há mais de 50 anos, as TVs abertas no Brasil representam um mercado consolidado que apresenta um panorama de concentração econômica entre os mais avançados da América Latina.

O mercado audiovisual de TVs abertas está dividido entre grupos econômicos familiares, além de ter sido repartido nas últimas décadas a cerca de 80 políticos de diferentes regiões do país. Este fato, que prejudica as possibilidades de uma comunicação democrática e independente, tem se manifestado várias vezes numa relação incestuosa das emissoras com o mundo político, pois inclui um discurso midiático atrelado ao jogo de negociações políticas e econômicas.

O projeto dos governos militares de fazer a televisão aberta chegar a todos os pontos do país transformou o Estado em importante distribuidor destes sinais. Há pelo menos cinco tipo de concessões, como a de Radiodifusão de Sons e Imagens (geradoras), os serviços de Retransmissão de TV ( RTV), os serviço de Televisão por Assinatura (TVA), as concessões de TV a Cabo ou os serviços de Distribuição de Sinais Multiponto/Multicanal (MMDS).

O serviço de retransmissão de TV, por exemplo, é o primordial facilitador deste objetivo, especialmente nas localidades onde o interesse comercial em explorar radiodifusão de sons e imagens é inexistente. Regulamentada pela primeira vez em 1978, pelo Dec. 81.600 de 25 de abril, a retransmissão de televisão não se insere no mesmo processo de licitações previsto para a radiodifusão.

As permissões são concedidas diretamente por portarias do Ministério das Comunicações e têm caráter precário, com prazo indeterminado para a extinção. O Ministério pode, a qualquer momento, cancelar as permissões ou mantê-las *ad infinitum* sem ser necessário que elas passem por qualquer processo de avaliação do serviço como requisito para a renovação das outorgas.

Este serviço teve alterações significativas em 1988<sup>76</sup>. O Dec. 96.291 e, logo após, a Portaria 93, de 1989, estabeleceram uma nova categoria, as retransmissoras mistas - educativas e em fronteiras de desenvolvimento do país - que poderiam inserir programação local, geradas por elas próprias, em até 15% do total. Esta alteração agregou um atrativo político ao serviço de retransmissão educativa. Em pouco tempo começaram a aparecer fundações e associações controladas por vereadores e deputados em várias partes do país. Em 1998, estas chamadas retransmissoras mistas foram extintas pelo Decreto 2.593, de 15 de maio. As permissionárias tinham o prazo de dois anos para adaptarem-se às novas regras, porém, o governo voltou atrás antes do prazo extinguir. Vale ressaltar que a participação das prefeituras municipais neste serviço é representativa. Dos 5.561 municípios brasileiros, 1.676 têm retransmissoras outorgadas às prefeituras. Ao todo são 3.341 outorgas de RTV nas mãos de prefeituras.

---

<sup>76</sup> Nesse ínterim, normas complementares foram sendo expedidas através dos seguintes decretos: nº 84.064, de 08 de outubro de 1979; nº 84.854, de 12 de julho de 1980; 87.074, de 31 de março de 1982.

No que diz respeito às emissoras de TV aberta que geram programação, apenas três grupos familiares nacionais estão em quase 100% do território brasileiro<sup>77</sup>. É possível observar ainda que os grupos regionais estão em mãos de famílias de políticos ou possuem parceria com as principais redes de TV dominando mais de 70% dos locais onde atuam<sup>78</sup>. Isso significa que eles têm uma grande influência política e cultural nos seus estados e regiões.

Dos oito principais grupos de setor de rádio e TV no país, contam Caparelli e Lima (2004:29), apenas dois (família Saad e da família Abravanel) não são sócios (afiliados) das Organizações Globo. Esses oito grupos atuam em diferentes espaços, como mídia impressa, eletrônica e mais recentemente internet, apostando na convergência tecnológica e nas possibilidades de produção de conteúdos para celulares e para a futura TV digital.

Mas para além desses, existem outros cinco grupos familiares no país que desenvolvem suas ações principalmente na mídia impressa (CAPARELLI, LIMA, 2004). São eles o grupo Civita (Abril/RJ), Mesquita (OESP/SP), Frias (Grupo Folha/SP), Martinez (CNT/PR) e Levy (Gazeta Mercantil/SP).

---

<sup>77</sup> No caso da Rede Brasil (RBS), sua programação televisiva só não atinge 0,3% dos domicílios com televisão nos Estados de Rio Grande do Sul e Santa Catarina; considerando que a Organização Jaime Câmara atinge 180 municípios com a TV Anhangüera, isso implica que ela só não se faz presente em 66 municípios dos 246 do Estado de Goiás; a Rede Amazônica de Rádio e Televisão ainda não conseguiu levar sua programação, por enquanto, a 47 municípios dos 167, ou seja: a quatro do Amazonas, 29 de Rondônia, nove do Amapá, dois do Acre e três de Roraima; no caso do Grupo Zahran, como atua em 190 municípios, ele só não conquistou 26 dos 216 de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul; e no caso do Grupo Edson Queiróz, com a TV Verdes Mares, faltam-lhe somente 8% do Ceará para serem conquistados. Dados obtidos em artigo de Eula Cabral (2005).

<sup>78</sup> Em 2001, Bayma detectou que dentre os maiores beneficiados da distribuição de concessões de radiodifusão destacava-se em primeiro lugar, a família do ex-presidente José Sarney, tendo, em nome de parentes, 39 concessões de rádios e TVs em cinco cidades do Maranhão. Em segundo, aparecia a família de Roberto Marinho como titular de 27 concessões de rádio e TV em 13 cidades. Depois, estava o grupo Saad, da TV Bandeirantes, com 18 concessões, mesmo número de Edir Macedo, da Rede Record, e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) com cinco concessões.

## **4.2 FAMÍLIAS DO SETOR DE RÁDIO E TV**

### **Âmbito Nacional**

- Família Marinho (Globo)
- Família Saad (Bandeirantes)
- Família Abravanel (SBT)

### **Âmbito Regional**

- Família Sirotsky (RBS) – Sul - Rio Grande do Sul e Santa Catarina
- Família Daou (TV Amazonas) - Norte
- Família Jereissati (TV Verdes Mares) - Nordeste
- Família Zahran – Mato Grosso e Mato Grosso do Sul
- Família Câmara – TV Anhanguera – Centro-Oeste

## **4.3 FAMÍLIAS QUE ATUAM (PRINCIPALMENTE) NA MÍDIA IMPRESSA**

- Civita (Abril/RJ)
- Mesquita (OESP/SP)
- Frias (Grupo Folha/SP)
- Martinez (CNT/PR)
- Levy (Gazeta Mercantil/SP).

Neste cenário, a produção regional não raras vezes funciona como uma espécie de palanque eleitoral, conforme revelaram estudos anteriores (CAPARELLI, LIMA, 2004;



SANTOS, CAPARELLI, 2005). O chamado “coronelismo eletrônico”<sup>79</sup> pode ser observado nas diferentes regiões do país. Mas a título de exemplo, o quadro abaixo expressa a realidade da região da região Centro-Oeste em 2005:

	GERADORA		RTV	
	QUANTIDADE	% DO TOTAL	QUANTIDADE	% DO TOTAL
<b>DF</b>	1	9,1%	3	11,53%
<b>GO</b>	10	62,5%	213	42,68%
<b>MS</b>	1	9,09%	8	3,22%
<b>MT</b>	3	33,3%	23	8,07%
<b>TODAS</b>	15	30,6%	247	23,17%

Quadro 4: Outorgas de Televisão controladas por políticos<sup>80</sup>

Fonte: Ministério das Comunicações, 2005.

Para se ter uma idéia do que isso representa e as conseqüências para o discurso televisivo, seja ele informativo, educativo ou de entretenimento, vale a pena lembrar o estudo realizado pelo Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (Epcom)<sup>81</sup> em 2005. No ano passado, a instituição analisou a quantidade de veículos de comunicação relacionados às emissoras de TV comerciais no Brasil, conforme pode ser observado no gráfico a seguir:

<sup>79</sup> Em outras oportunidades já detalhamos as relações de clientelismo político e coronelismo na história da radiodifusão brasileira (SANTOS, CAPPARELLI, 2005).

<sup>80</sup> Em nome próprio ou de parentes diretos.

<sup>81</sup> Ligado ao Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

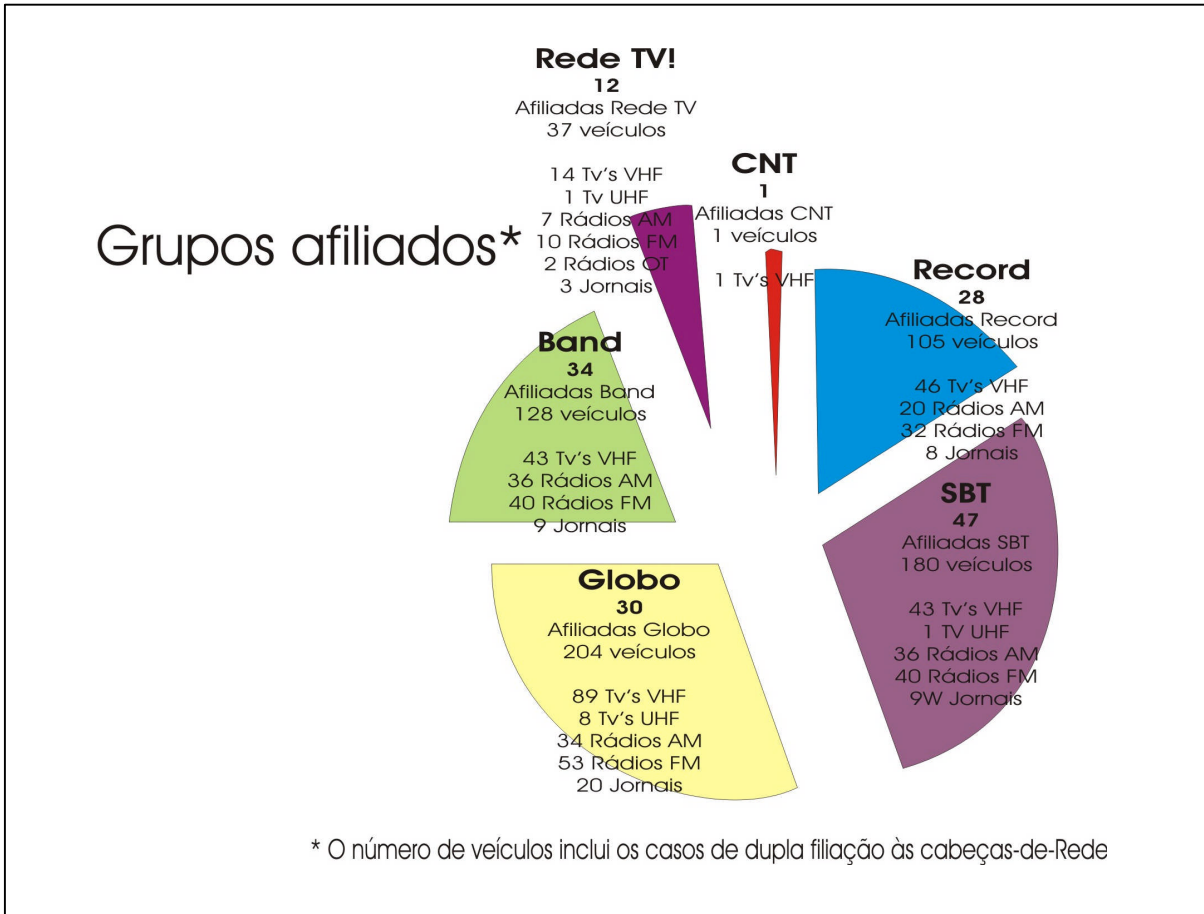


Gráfico 1

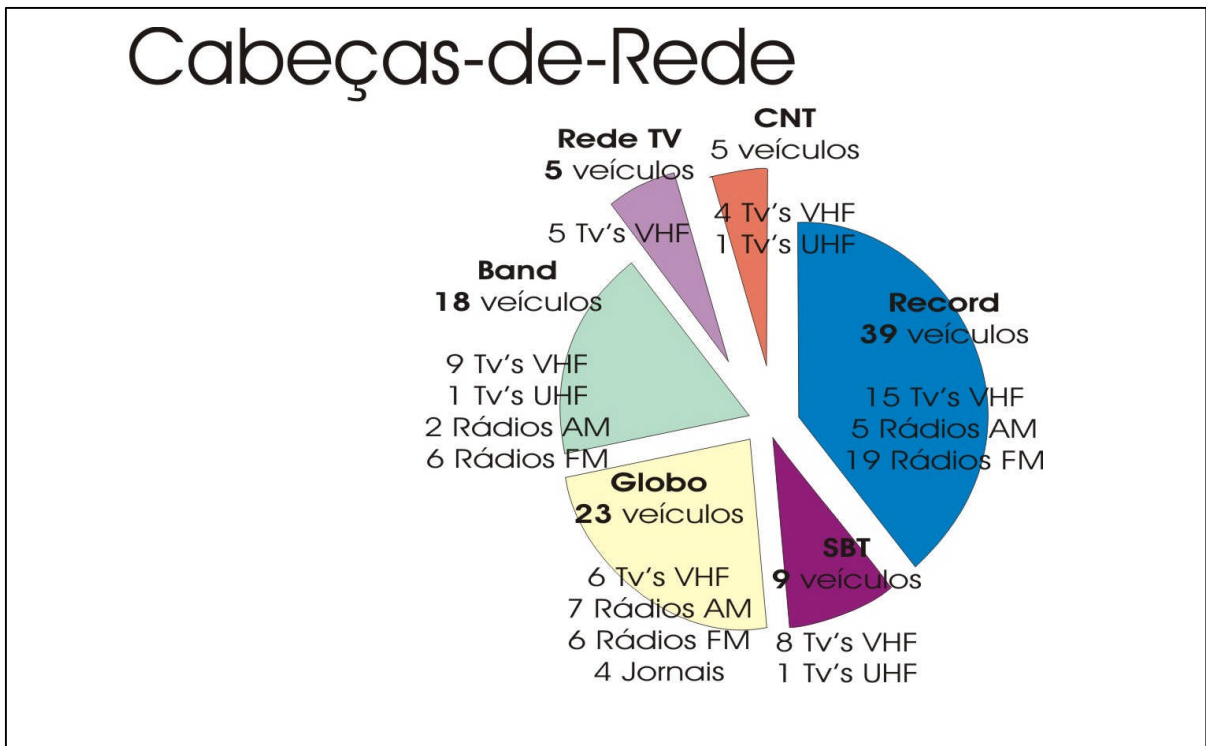


Gráfico 2

A análise de estruturação das maiores redes privadas de TV aberta organizado pelo Epcom contemplou estudo sobre a Rede Globo, o SBT, a Record, a Rede Bandeirantes, a Rede TV! E a Rede CNT.

**1. Rede Globo** – considerada a maior rede de TV do país, é, também a quinta maior do mundo. Isso porque:

- Aglutina o maior número de veículos de comunicação em todas as modalidades – TV, rádio e jornal (sem contar servidor internet, página web e se prepara para a TV digital);
- Tem quase o dobro de empresas de mídia que o do SBT, que ocupa o segundo lugar;
- É o único grupo, entre as demais redes que tem todos os tipos de mídia;
- Tem o maior número de grupos diversificados – TV, rádio, jornal – 40, 6% de todos os existentes vinculados às redes;
- A maioria dos principais grupos regionais de mídia são afiliados da Globo;
- Está presente em todos os Estados.
- O grupo Cabeça-de-rede tem 86% dos seus veículos concentrados na região Sudeste.
- No seu conjunto, apresenta uma disseminação equilibrada pelas diversas regiões, sem concentração excessiva nos pequenos mercados.

**Rede SBT** é considerada a rede que apresenta programas mais populares. Está presente em todo o país. Além disso:

- Tem o maior número de associações com grupos regionais, sendo integrada por 47 grupos afiliados;
- O grupo Cabeça-de-rede só tem TV, diferentemente da Rede Globo;
- Está fortemente concentrada na região Norte.

**Rede Record** é a primeira rede religiosa do país. E:

- Apresenta grande concentração na Região Sudeste;
- O grupo cabeça-de-rede é o que mais detém veículos de comunicação próprios em todas as regiões do país em comparação com as demais redes;
- Controla também duas redes de TV segmentadas: a Rede Mulher (três emissoras) e a Rede Família (duas emissoras);

**Rede Bandeirantes**

- Está bastante concentrada na Região Nordeste;
- A maior parte de seus Grupos Afiliados limita-se à mídia Eletrônica.

**Rede TV!**

- Dispõe de apenas cinco emissoras de TV e três Grupos Afiliados;
- Quase dois terços de seus veículos localizam-se nas Regiões Norte e Centro-Oeste;
- É a rede com menos presença na Região Sudeste;
- Seus grupos afiliados limitam-se à mídia eletrônica.

### Rede CNT

- Tem apenas cinco emissoras de TV e um único Grupo Afiliado, com uma emissora;
- Restringe sua atenção às Regiões Sudeste, Sul e Centro-Oeste.

Segundo o Fórum Nacional pela Democratização (FNDC), seis das principais redes privadas nacionais estão vinculadas, entre canais próprios e afiliadas, a 263 das 332 emissoras brasileiras de TV, representando 79,2% de todas as emissoras brasileiras de TV aberta. Pelos dados do Ministério das Comunicações, duas destas redes exorbitam o número de emissoras próprias permitidas pela lei. De acordo com dados do Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD), Globo e SBT possuem, respectivamente, 20 e 11 emissoras próprias. Pelo artigo 12 do Decreto-lei 236, uma mesma entidade só pode deter um máximo de 10 concessões de radiodifusão de sons e imagens (TV aberta) em todo o território nacional.<sup>82</sup>

### 4.4 FATURAMENTO

O mercado de TV aberta no Brasil é de US\$ 3 bilhões anuais, quantia que é dividida entre seis redes privadas nacionais - Globo, SBT, Bandeirantes, Record, CNT e Rede TV (ex-Manchete). Elas possuem 138 grupos afiliados e controlam 668 veículos, entre TVs abertas e por assinatura, rádios AM e FM, jornais e revistas impressos e *on line*, editoras, servidores de Internet, páginas web, empresas de vídeo, produtoras de filmes e empresas discográficas. Como se fosse pouco, possuem uma programação<sup>83</sup> de 24 horas dirigida para toda população

---

<sup>82</sup> <http://www.radiolivre.org/node/1115>. Acesso em fev 2006.

<sup>83</sup> A programação é aqui concebida como o faz Aronchi: como um conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão, onde o principal elemento é o horário de transmissão de cada programa. A programação pode ser horizontal, como acontece nas TVs abertas, que estipulam um horário fixo para determinado gênero todos os dias da semana (ex. telenovelas) ou pode ser vertical. Já as TVs por assinatura usam programação diagonal e vertical, ou seja os programas mudam de horário durante a semana e são reprisados – chamados horários alternativos - para dar audiência em vários horários e também para fechar a grade de programação.

brasileira e a característica de fazer um corte vertical pelos diferentes grupos sociais, garantindo uma audiência da classe AA à classe DD.

<b>FATURAMENTO DAS EMISSORAS EM 2005</b>	
<b>Globo</b>	R\$ 4,3 bilhões
<b>SBT</b>	R\$ 703 milhões
<b>Record</b>	R\$ 700 milhões
<b>Rede TV</b>	R\$ 270 milhões
<b>Band</b>	não divulgado
<b>MTV</b>	R\$ 121 milhões
<b>TV Cultura*</b>	R\$ 125 milhões
<b>EXPECTATIVA DE CRESCIMENTO EM 2006</b>	
<b>Globo</b>	de 8% a 12 %
<b>SBT</b>	13%
<b>Record</b>	35%
<b>Rede TV!</b>	não divulgado
<b>Band</b>	20%
<b>MTV</b>	12%
<b>Cultura</b>	não divulgado
<b>Fonte:</b> estimativa das emissoras (em R\$)	
*Orçamento anual	

Quadro 5 - Faturamento das Emissoras em 2005  
Fonte: Telaviva News – janeiro/2006.

Como é possível observar no quadro acima, o mercado de radiodifusão tem sido positivo às principais empresas privadas do país. Além disso, desde 2002 contam com possibilidade jurídica de possuir cota de até 30% de participação estrangeira. Essa situação tem reforçado uma tendência de transnacionalização das empresas de radiodifusão que se tornaram multimídias e passaram a atuar em várias áreas da comunicação, como já comentamos anteriormente.

Em 2005, a Rede Globo, a quinta empresa de comunicação do mundo, conseguiu equilibrar-se outra vez, depois das perdas que sofreu, entre outros fatores com o mercado de TV por assinatura e apresenta uma previsão de crescimento entre 8 e 12% em 2006. A emissora anunciou um faturamento na ordem dos R\$ 4,3 bilhões em 2005, assim como a criação de um departamento especial para criação de conteúdos para TV digital e promete apostar na regionalização de produtos audiovisuais, com a produção de duas séries anuais a partir de 2006.

Quanto ao SBT, uma das únicas duas empresas do país que não fazem parte do grupo de afiliados das Organizações Globo, luta para manter-se no segundo lugar, sendo seguido de perto pela Rede Record. Em 2005, a empresa obteve um faturamento de R\$ 703 milhões e estima um crescimento de 13% em 2006. O SBT anunciou a mudança dos equipamentos analógicos para digitais e, ao lado da Globo, já disponibiliza conteúdos para celulares.

A terceira rede do país em faturamento no ano de 2005 foi a Rede Record, ligada à igreja evangélica Assembléia de Deus, com R\$ 700 milhões. A Record anunciou a intenção de brigar pelo primeiro posto com a Globo e tem entrado em disputas pelo segundo lugar da audiência com o SBT. Durante o ano deu mais espaço aos conteúdos de entretenimento, particularmente no campo da ficção, realizando a primeira telenovela de uma empresa de radiodifusão religiosa (*Por Amor*). Além disso, contratou equipe de profissionais (atores, diretores e equipe técnica completa: câmeras, iluminadores, produtores e diretor de fotografia) todos vindos da Rede Globo.

A Rede Bandeirantes que não anunciou o faturamento de 2005, espera crescer 20% em 2006. A empresa, especializada em esportes, cada vez mais abre sua grade de programação

para programas religiosos e também abre espaço para formatos dedicados ao público feminino, na busca de ampliar a audiência.

Quanto a TV Cultura, de São Paulo, embora apareça em último lugar no quadro acima, com um orçamento (e não faturamento) de R\$ 125 milhões nos interessa por se tratar da única rede estadual, de caráter nacional, com programas e projetos voltados para o reforço da diversidade cultural brasileira. Em 2005, a emissora abriu espaço nacional do projeto DOC TV, que desenvolve junto ao governo federal, divulgando documentários brasileiros produzidos em diferentes estados.

#### **4.5 SOBRE A EVOLUÇÃO DAS AUDIÊNCIAS**

A interface entre TV e campo publicitário não poderia deixar de ser comentada neste relatório, ainda que rapidamente, já que a televisão é a maior mídia do Brasil mantendo quase 60% das verbas publicitárias dos últimos 10 anos. As TVs comerciais abertas definem sua grade de programação a partir de programas que tenham baixo custo, sejam capazes de atrair as audiências e, por conseqüência, os anunciantes.

Embora a Rede Globo, número 1 em faturamento e audiência no país, tenha comentado publicamente (ALMEIDA, 2002:119) em diferentes situações que os índices de audiência do SBT e Record não garantem anunciantes, é preciso chamar atenção para o processo de popularização de parte da programação da Globo, como é o caso do jornalístico *Linha Direta* ou o programa de variedades de *Ana Maria Braga*



Para trazer o chamado retorno do investimento para os anunciantes, um programa precisa ter três características:

- **Popularidade** – ou seja, chegar a diferentes classes sociais, atingindo o “maior público possível” e diferentes praças do Instituto Brasileiro de Opinião e Pesquisa;
- **Audiência qualificada** – para além do número geral medido pelo Ibope, a qualificação da audiência significa a conquista dos públicos de maior poder aquisitivo, como as classes A, B e C. Nesse sentido, Almeida (2002) lembra que as telenovelas brasileiras, particularmente a “novela das oito”, é um programa de entretenimento muito eficiente para medir a popularidade e a qualificação da audiência.
- **Prestígio** – pensado aqui dentro dos produtos culturais produzidos pela TV e não no sentido de comparar com o prestígio de outras indústrias culturais, como o cinema. Um programa tem que ter certa qualidade como produto cultural. As pessoas não podem ter vergonha de dizer que o assistem, como acontecia com as telenovelas nos anos 70 do século XX ou com os *reality shows*, no século XXI<sup>84</sup>. O prestígio dá legitimidade ao um produto cultural.

---

<sup>84</sup> Isso ocorre principalmente entre as classes A, B e C que ainda têm vergonha de revelar que assistem *reality shows* como *Big Brother* por ser considerado um produto cultural menor. Sobre o tema ver Cosette Castro em “El Futuro de la Programación Televisiva y los *Reality Shows* – los casos español, portugués y brasileño” (2003/2004).

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Globo</b>	68	66	65	62	56	51	50,5	50,6	52	55	56	54
<b>SBT</b>	18	19	20	17	23	20	21,8	23,9	22	20	21	21
<b>Manchete/Rede TV</b>	3	3	3	5	4	4	2,0	2,8	3	3	2,6	2
<b>Bandeirantes</b>	6	5	5	6	6	6	5,1	5,1	5	5	4,9	4
<b>Record</b>	-	2	3	4	6	9	10,3	9,3	7	8	7,6	8
<b>CNT</b>	-	2	1	2	2	2	-	-	-	-	-	1
<b>Outras</b>	5	3	3	4	3	-	10,4	8,3	11	9	-	8

Quadro 6 - Evolução das Audiências nas TVs Comerciais Abertas

Quanto à evolução das audiências nas TV comerciais abertas, os dados acima revelam que, apesar da Rede Globo ter sofrido reveses econômicos e de audiência, a emissora conseguiu superar a crise que começou no primeiro ano do século XXI, estabilizando-se na casa dos 55% nos últimos três anos. Também o segundo lugar, do SBT, permanece estável como uma média de 21% de preferência da audiência nos últimos anos. As duas redes têm a vantagem de conseguirem atingir praticamente todos os pontos do país com seu sinal.

A Rede Record desde o início do novo século se consolidou no 3º lugar pela preferência das audiências e promete lutar em 2005 para mudar essa posição, apostando principalmente em programas de entretenimento de ficção, como as telenovelas. É a primeira vez no Brasil que uma emissora religiosa consegue ampliar, em tão pouco tempo, seu poder de seduzir as audiências.

O 4º e 5º lugares pertencem, a Rede Bandeirantes e a Rede TV!, com 4% e 2%, respectivamente. As duas emissoras sofreram perdas de quase 1% nas audiências.

#### 4.6 AS TVS RELIGIOSAS

As TVs religiosas mereceriam um estudo aparte, como já o fizeram Gomes, Fausto Neto e Hartmann (2003, 2004, 2005) ao analisar o fenômeno da telereligiosidade. Essa urgência em olhar a partir da Economia Política e dos Estudos Culturais Críticos ocorre principalmente pelos espaços que os programas religiosos vem conquistando nas grades de programação ou pela concentração as empresas de televisão de cunho religioso, católico ou evangélico, que não param de crescer no país.

O fenômeno do tele-evangelismo chegou no Brasil a partir das primeiras experiências de radiodifusão, por parte de Igrejas protestantes. Mas no que diz respeito ao rádio especificamente, apesar da igreja católica ter ampla experiência e grande número de estações espalhadas pelo país, hoje proliferam rádios evangélicas, protestantes e rádios especializadas em Gospel. Na internet, para além dos portais, é possível encontrar 144 mil sites evangélicos<sup>85</sup>.

Desde o final do século XX, conta Fausto Neto (2006), em artigo a revista *on line* Intexto, mais de 82 horas semanais de programas de caráter religioso são colocados a disposição das audiências.

Essas emissões ocorrem através de 18 programas de televisão e são transmitidas por e sob a responsabilidade de diferentes instituições religiosas ofertadas em TV estaduais, como a TV Gênese (DF), em redes de TV regionais, como a em cabeças-de-rede, como a Record ou a

---

<sup>85</sup> Busca realizada no Google na primeira semana de fev/2006.

Bandeirantes (SP), a Rede Super (MG) a ou mesmo em TVs por assinatura, como a Amazonsat ou a Rede Vida.

Nem as TVs públicas são imunes ao programas religiosos. Segundo a Coordenadora de Produção da Associação Brasileiras das Empresas Públicas, Educativas e Culturais, Cristiana Freitas, praticamente todas as 20 emissoras associadas exibem uma missa católica semanal, com exceção da TVE/RS. No Paraná também e exibido o programa *Missa Gospel* e em Santa Catarina a TVE local exhibe ainda programa *Santa Missa* . Os dois programas religiosos fazem parte da programação de sábado a noite.

A TV Cultura exhibe há anos a Missa de Aparecida , todos os domingos às 8h, em rede com os Estados do Maranhão, Mato Grosso, Paraíba e Roraima. A TVE/RJ transmite no mesmo horário o programa *Missa Dominical* no mesmo horário também para Minas Gerais.

Além dos católicos, outros programas religiosos ocupam o espaço de domingo na programação local das TVs públicas. No Ceará, é levado ao ar os programas *Refrigério* e *Paz e Semeando*; a TVE do Tocantins produz o programa *Fazendo Esperança* e na Bahia é emitido o programa *Chão e Paz*..Já Sergipe leva ao ar dois programas religiosos: *Missa da Igreja São Judas Tadeu* e *Caravana da Solidariedade*.

Estado	Programa	Dia/Horário
São Paulo, Maranhão, Mato Grosso, Paraíba e Roraima (em rede)	Missa de Aparecida	Domigo/manhã
Santa Catarina	Santa Missa	Sábado/noite
Paraná	Missa Gospel	Sábado/noite
Rio de Janeiro	Missa Dominical	Domigo/manhã
Minas Gerais	Reproduz o programa Missa Dominical	Domigo/manhã
Ceará	Refrigério e Paz e Semeando	Domigo/manhã
Tocantins	Fazendo Esperança	Domigo/manhã
Bahia	Chão e Paz	Domigo/manhã
Sergipe	Missa da Igreja São Judas Tadeu e Caravana da Solidariedade	Domigo/manhã

Quadro 7: Programas Religiosos nas TVs Públicas

A chamada “cruzada eletrônica” segundo Fausto Neto colabora para ampliar a venda de produtos religiosos, como o padre católico Marcelo Rossi, que já emplacou mais de um disco de ouro religioso ou do bispo evangélico Edir Macedo, campeão na venda de livros baseados na "teologia da prosperidade".

Mas esse fenômeno não ocorre por acaso. Diversos fatores apontam a importância que tem o campo midiático para o redesenho destas novas formas de religiosidade. Em primeiro lugar, os desafios impostos às Igrejas pelos cenários e pelos efeitos de problemáticas sociais e políticas, principalmente com o enfraquecimento de instituições responderem com suas estratégias convencionais ao "aqui" e "agora" do mal-estar material e espiritual registrados no século XX e também nos primeiros anos do século XXI.

Em segundo lugar, diz o pesquisador está a instituição de "políticas terapêuticas" por parte de instituições confessionais que têm, na esfera da mídia o agendamento ideal para transformação de pastorais e outros rituais de escuta e de atendimento. Neste caso, os novos formatos de tele-atendimento midiáticos se transformam em possibilidade de respostas às demandas que continuam sendo formuladas às instituições por boa parte da população.

Nas últimas duas décadas, as diferentes Igrejas cristãs deslocam e ampliam seu espaço público, até então restrito ao templo, para o espaço tele-midiático. Reduz-se drasticamente as formas tradicionais de comunicação estruturadas nos limites e nos parâmetros dos próprios rituais religiosos, bem como das comunicações alternativas centradas nas experiências dos grupos e dos movimentos sociais organizados e se instauram estratégias midiáticas.

A midiatização da religião redefine o que os sociólogos e especialistas chamam, de novas estratégias organizadoras e reguladoras da experiência religiosa no Brasil . De sua parte, a Igreja Universal do Reino de Deus desloca-se do espaço físico do templo e confere às tecnologias eletrônicas as novas possibilidades de realização de um projeto onde se apresenta, entre outras propostas, como uma nova "comunidade terapêutica" empreendedora de projetos de cura e de salvação.

A Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), revela o pesquisador, procura se diferenciar da estrutura confessionária católica e se constituir num espaço de acolhimento e de "proteção" à milhares de pessoas que, tendo suas vidas deterioradas por diferentes circunstâncias, buscam nestas formas de exercício de tele-religiosidade, meios para reconquistar sua individuação bem como o restabelecimento - ainda que de forma imaginária - de novos formatos de comunidades<sup>86</sup>.

O impacto mais forte destas telereligiosidades ocorre exatamente junto aos brasileiros de baixa renda, analfabetos, mulheres domésticas ou legiões de desempregados. Segundo censo recente (2000), 33% dos pentecostais têm renda familiar até dois e meio salários mínimos; a taxa de desocupados é de 27%, quando a média nacional é de 19%; 11% de seus seguidores

---

<sup>86</sup> Sobre o tema, ler "As Comunidades Imaginadas", de Anderson.

são analfabetos e 75% a 80% do seu mercado simbólico<sup>87</sup> é constituído de mulheres, muitas das quais, pessoas que se dedicam ao trabalho doméstico, sem nenhuma experiência formal junto ao mercado de trabalho ou vivência com outros grupos sociais.

Do lado católico, a Rede Vida, talvez se constitua numa resposta institucional que a Igreja Católica tenha formulado para fazer face ao avanço da IURD. Mas vale ressaltar que a Rede Vida não pertence à Igreja católica. Não é um órgão da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) ou do Vaticano. Trata-se de um projeto gerenciado pelo Instituto Brasileiro de Comunicação Cristã (INBRAC), em cuja instância tem, assento uma forte presença episcopal, através de cinco bispos católicos.

A Rede Vida se constitui num dos espaços onde o Movimento Carismático, um dos grupos da igreja católica, revela-se, através de uma programação que reforça a alegria do contato emocional com o sagrado. Ao lado dos programas de TV espalhados pelo país, há um amplo mercado esperando pelos carismáticos, uma população hoje estimada em mais de 4 milhões de católicos, além de outras camadas sócias que consomem outros produtos derivados deste "nicho midiático", como terços bizantinos, discos, filmes, cds, fitas cassetes, trios elétricos, entre outros.

<b>Igrejas</b>	<b>TVs</b>	<b>Repetidoras</b>
Universal	79 (inclui as Redes Record, Família e Mulher.	47
Católica	04	178
Batista	-	-
Adventista do 7º Dia	04	-
Assembléia de Deus	04	-
Evangelho Quadrangular	01	-
Renascer em Cristo	01	-

Quadro 8 - Telereligião

Fonte: Caparelli e Lima (2004)

<sup>87</sup> Pensado a partir de Pierre Bourdieu.

Para se ter uma idéia do que ocorre regionalmente, selecionamos uma das regiões brasileiras para mostrar o número de outorgas de TV vinculadas a denominações religiosas. Segundo dados do Minicom, em 2005, na região Centro- Oeste havia seis (06) geradoras e 97 RTVs religiosas que divulgam diariamente suas mensagens religiosas para milhões de pessoas.

	GERADORA		RTV	
	QUANTIDADE	% do TOTAL	QUANTIDADE	% do TOTAL
<b>DF</b>	2	18,2	5	19,2
<b>GO</b>	2	4,2	52	10,4
<b>MS</b>	2	18,2	21	8,5
<b>MT</b>	0	-	19	6,6
<b>TODAS</b>	48	12,6	1403	14,3

Quadro 9: Outorgas de Televisão vinculadas a denominações religiosas  
Fonte: Ministério das Comunicações, 2005.

#### 4.7 AS TVS PÚBLICAS

Pernambuco foi o primeiro Estado do país a possuir uma televisão pública de cunho educativo/cultural que entrou no ar em 1967. Tratava-se da Universitária de Pernambuco e, até 1974, surgiram mais nove emissoras com programações de caráter educativo-pedagógico e diferentes vinculações - seis estaduais e três federais, incluindo a TVE do Rio. Mas só em 1972, o então Ministério da Educação e Cultura criou o Programa Nacional de Teleducação/Prontel.

No final da década de 70, ainda em meio a ditadura militar, aconteceu a primeira tentativa de criar uma rede de emissoras públicas de radiodifusão. Em 1978, a TVE do Rio de Janeiro tentou montar um sistema nacional e integrado de emissoras educativas data de 1978, por iniciativa da TVE do Rio de Janeiro (então, Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa)



e do Prontel, mas não vingou, embora tenha ajudado na transmissão dos jogos da Copa do Mundo de 1978, conta Alexandre Fradkin<sup>88</sup>.

O Sistema Nacional de Radiodifusão Educativa foi criado, informalmente, em 1979, mas demorou três anos para receber respaldo legal. Na época, coube à TVE do Rio a responsabilidade pela coordenação político-administrativa e pela operação da rede, por ser a única emissora com acesso ao satélite, um quadro que mudou a partir de 1993, quando a Cultura passou a contar com o mesmo acesso e a gerar programas para o sistema nacional. Nesse período, a TVE enfrentava uma grave crise financeira, que comprometeu a sua produção, ao mesmo em que a emissora de São Paulo oferecia uma programação de qualidade superior.

O crescimento acelerado do número de emissoras educativas no país mudou, gradativamente, o perfil e o projeto da rede, uma situação agravada a partir de 1989, quando uma portaria do Governo atraiu a adesão de entidades privadas, universidades, prefeituras e grupos políticos para a implantação de TVs retransmissoras. Já em 1998 – 20 anos depois da primeira tentativa de criar uma Rede - o novo Regulamento dos Serviços de Retransmissão e Repetição de Televisão abriu a possibilidade de transformação dessas retransmissoras em geradoras, abrindo ainda mais o já amplo leque de concessões.<sup>89</sup>

Quanto ao papel desempenhado pelas TVs públicas, elas TVs começaram no Brasil no final dos anos 60 com uma programação institucional, com programas dirigidos às escolas como se fossem aulas, para ajudar a escola e o professor. Esse perfil mudou e hoje TVs

---

<sup>88</sup> Material disponível no site da Rede Brasil. Acesso em fev/2006.

<sup>89</sup> A partir dessa realidade, o Minicom concedeu, até 2002, 119 outorgas no setor.

educativas desenvolveram também interesses culturais, além dos educativos e estão muito mais em sintonia com as mudanças sociais e os interesses dos brasileiros.

Segundo Beth Carmona, da TVE/RJ, há mil emissoras educativas espalhadas pelo Brasil de maior ou menor alcance entre as geradoras e retransmissoras. “1.500 municípios brasileiros estão perto das TVs educativas e representam 27% dos municípios e dos domicílios com TV. Atingimos 15 milhões, sendo esse um número que pode ser maior”. Isso significa quase 38% da população e dos domicílios com TV são atingidos pela programação das TVs educativas no momento de transmissão simultânea.

As emissoras públicas brasileiras compartilham alguns problemas, como a falta de continuidade das políticas de programação, da área administrativa, entre outras. Isso decorre devido à alta rotatividade das diretorias, quase sempre trocada nas mudanças dos governos estaduais, ou mesmo durante o mandato dos governadores em exercício. Outro problema que prejudica o crescimento dessas emissoras, talvez decorrente do anterior, é o financiamento das produções, sempre realizadas com recursos mínimos, e a baixa remuneração dos funcionários em relação ao mercado.

Ainda assim muitas delas conseguem manter um quadro de profissionais que realizam um trabalho digno de elogio, pois apesar de toda a precariedade nas condições de trabalho, conseguem incluir programas na grade nacional das TVs públicas. Este é o caso do programa *Radar*, produzido pela TVE do Rio Grande do Sul, ou do programa *Alto Falante*, da Rede Minas. A mesma Rede Minas também estabeleceu uma parceria com a Associação Imagem

Comunitária (AIC), uma Organização Não Governamental que vem realizando um trabalho marcante de inclusão comunicacional<sup>90</sup>.

Dos anos 70 para cá, muita coisa mudou não só quanto a ampliação dos números de TV públicas, na concretização da proposta de desenvolver uma rede nacional – a Rede Brasil- , mas também quanto ao tipo de programação levada ao ar que hoje, por exemplo, inclui a veiculação de desenhos animados nacionais. A criação da Associação Brasileira de Empresas Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) em 1998 abriu caminho para a organização do setor sob o comando da TVE/RJ. Em 2005, são 20 as afiliadas da ABEPEC, entre as 23 existentes no país, que possuem 20% de programação própria.

O restante da grade de programação é ocupada pela programação da TV Cultura (SP) que oscila entre 50% e 55%, dependendo do estado, pela TVE Brasil (RJ) com cerca de 24% e o restante é completado pela parceria com produtores independentes ou pela programação fornecida por produtoras como o Sistema Salesiano de Videocomunicação (SSV), de Belo Horizonte<sup>91</sup>.

Segundo Cristiana Freitas, da ABEPEC, a produção local das emissoras é basicamente formada por programas jornalísticos e esportivos. Mas, além deles, é possível encontrar diferentes gêneros de categorias televisivas:

---

<sup>90</sup> Mais detalhes no capítulo sobre a Região Sudeste, em Minas Gerais, particularmente quando trata da TV Horizonte, que também exhibe os programas da AIC.

<sup>91</sup> Dados fornecidos por Cristiana Freitas, Coordenadora de Produção da ABEPEC em entrevista pessoal e por e-mail. Data: jan e fev de 2006.

- **Programas educativos** – caso das TVs do Ceará e Maranhão, que transmitem uma média de 8h diárias, com programas voltados aos alunos e professores da rede pública de ensino;
- **Programas institucionais** – transmissão de programas de serviço ao cidadão, como os programas *TV Câmara* e o *TV Assembléia* em Pernambuco ou o programa *Pro Seu Governo*, produzido no Paraná. O Estado do Mato Grosso do Sul, por exemplo, retransmite as atividades do Tribunal de contas e da Assembléia Legislativa.
- **Programas de auditório (categoria entretenimento)** – caso do *Atitude.com*, da TVE Brasil (RJ) ou do programa *Alma Guarani* (MS), por exemplo.
- **Programas de entrevistas** – caso do *Roda Viva*, da TV Cultura (SP), do programa *Observatório da Imprensa*, da TVE Brasil (RJ) ou do programa *Leila Entrevista*, da Rede Minas.
- **Programas de música (categoria entretenimento)** – caso do *Viola, Minha Viola*, da TVE/PR ou *Radar*, da TVE/RS, entre outros.
- **Parcerias com outras TVES** – exibição pelas emissoras, por exemplo, de filmes mostrados em Festivais de Cinema, como é o caso do *Curta Ceará* e do projeto *DOC TV*.
- **Programas sobre cinema (categoria entretenimento)** – caso de programas como *Cine Brasil*, da TV Cultura (SP) e da *Revista do Cinema*, da TVE Brasil (RJ).

Além disso, com a parceria desenvolvida entre a Secretaria do Audiovisual e a Rede Brasil, alguns projetos estão ganhando corpo, como ocorre na TVE Brasil através da série que vem sendo desenvolvida sobre o *Menino Maluquinho*. Outro projeto interessante envolve o Ministério da Cultura e as TVs públicas que deram um grande passo para estimular a produção de documentários em todo o país, garantindo sua exibição nacionalmente e, a partir de 2006, em âmbito latino-americano. Trata-se do projeto DOC TV, Programa de Fomento à Produção e Teledifusão do Documentário Brasileiro que financia e oferece apoio técnico a filmes documentais e garante sua exibição nas emissoras públicas.

Desde 2003, o programa vem incentivando e divulgando a produção regional de documentários da ação conjunta do Ministério da Cultura (MinC), da Fundação Pe. Anchieta e da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC).

No âmbito do Ministério da Cultura (Minc) há um projeto que merece destaque: *Revelando os Brasis*<sup>92</sup>. Trata-se de um projeto de formação audiovisual iniciado em 2004 que viabilizou a produção de 40 vídeos digitais em municípios de até 20 mil habitantes e que conta com a participação dos moradores da região. A iniciativa é do Minc, por meio da Secretaria do Audiovisual e do Centro Técnico do audiovisual (CTAv) em parceria com o Instituto Marlin Azul, do Espírito Santo. Os 40 filmes produzidos em 2004 estão sendo mostrados desde outubro de 2005 no Canal Futura e em diferentes salas de cinema alternativas do país,<sup>93</sup> mas ainda não chegou às TVs Públicas.

---

<sup>92</sup> Para mais detalhes sobre o projeto ver a página [www.revelandoosbrasis.com.br](http://www.revelandoosbrasis.com.br). Acesso em fev/2006.

<sup>93</sup> Em novembro de 2005 foram abertas as inscrições para a segunda edição do projeto. Vale ressaltar que esse tipo de projeto é semelhante à proposta da Associação Brasileira de Vídeo Alternativo, de estimular e formar produtores de vídeo em todo país. Também é similar aos projetos de comunicação alternativa desenvolvidos com vigor nos anos 80/90 que pleiteavam uma comunicação desenvolvida pelo povo e para o povo. A diferença entre os projetos é que, pela primeira vez, o governo federal é co-autor de tal iniciativa.

Apresentamos abaixo a lista das TVs públicas que fazem parte da Abepec e participam da Rede Brasil de TV:

1.TVE - Maceió/AL

Entidade: Instituto Zumbi dos Palmares

2. TV Cultura - Manaus/AM

Entidade: Fundação Televisão e Rádio Cultura do Amazonas

3.TVE - Salvador/BA

Entidade: Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia-IRDEB

4. TV Ceará - Fortaleza/CE

Entidade: Fundação de Teleducação do Ceará - FUNTELC

5.TV Nacional - Brasília/DF

Entidade: Radiobrás - Empresa Brasileira de Comunicação S.A

6.TVE - Vitória/ES

Entidade: Rádio e Televisão Espírito Santo - Centro Cultural Carmélia N. Souza

7. TVE - São Luiz/MA

Entidade: ACERP - Associação de Produção Educativa Roquette-Pinto

8.TVE - Campo Grande/MS

Entidade: Fundação Jornalista Luiz Chagas de Rádio e Televisão Educativa - Fertel-MS

9. RTVU - Cuiabá/MT

Entidade: TV Universidade - Fundação Universidade Federal de Mato Grosso

10. TV Minas Cultural e Educativa

Entidade: Fundação TV Minas Cultural e Educativa

11. TV Cultura - Belém/PA

Entidade: Fundação de Telecomunicações do Pará

12. TVE - Curitiba/PR

Entidade: Rádio e Televisão Educativa do Paraná

13. TV Universitária - Recife/PE

Entidade: Núcleo de TV e Rádio – UFPE

14.TVE - Rio de Janeiro/RJ

Entidade: Associação de Comunicação Educativa Roquete-Pinto – ACERP

15. TV Universitária - Natal/RN

Entidade: Superintendência de Comunicação Universitária

16. TVE - Porto Alegre/RS

Entidade: Fundação Cultural Piratini - Rádio e Televisão

17. RTVE - Florianópolis/SC

Entidade: Fundação Catarinense de Difusão Educativa e Cultural Jerônimo Coelho

18. TV Aperipê - Aracaju/SE

Entidade: Fundação Aperipê de Sergipe

19. TV Cultura - São Paulo/SP

Entidade: Fundação Padre Anchieta

20. TV Palmas e Rádio Palmas - Palmas/TO

Entidade: Fundação Universidade do Tocantins - Instituto Universitário de Radiodifusão Educativa

#### **4.8 ESPECTRO TELEVISIVO**

Para além dos dados de mercado, essenciais para ter uma visão geral do panorama televisivo nacional do ponto de vista econômico e suas conseqüências no mundo político, social e cultural, oferecemos a seguir um panorama técnico, sobre os modos de operação no espectro televisivo. O quadro abaixo oferece uma idéia geral de como funcionam as empresas de TV abertas no Brasil, apresentando suas características e oferecendo com exemplos de diferentes regiões.



#### 4.9 MODOS DE OPERAÇÃO NO ESPECTRO DE TV ABERTAS<sup>94</sup>

Onda	Tipo	Característica	Emissora (exemplo)
Very High Frequency (VHF)	TV aberta, geradora	Longo alcance- operam na cultura de rede nacional e regional. Sua programação é elaborada e produzida de forma centralizada, pelas cabeças-de-rede de caráter nacional, oferecida para as emissoras afiliadas, determinando espaços para as inserções locais e regionais. Comercializam espaços publicitários em sua grade. São concessões a firma privadas (exceto as educativas) e obedecem regulamentação própria e são fiscalizadas pela Agência Brasileira de Telecomunicações (ANATEL) e Ministério das Comunicações.	Redes nacionais (Globo, SBT, Record, Bandeirantes, RedeTV!, Educativas) e regionais (RBSTV, Rede Pampa, TV Guaíba, no Rio Grande do Sul e Santa Catarina; TV Morena, TV Guanandi, Mato Grosso do Sul; EPTV, TV Gazeta, TV Vanguarda, interior de São Paulo, entre outras).
	TV aberta, retransmisora	Alcance regional - integra as redes nacionais e regionais. Servem como apoio para garantir a qualidade do sinal das emissoras proprietárias e não recebem inserções de programas locais. São concessões e obedecem regulamentação da ANATEL e do Ministério das Comunicações.	Redes nacionais (Globo, Bandeirantes, Record, SBT RedeTV! E Educativa) e regionais (RBS TV, EPTV, Rede Vida, Rede Família, Canção Nova, entre outras).
Ultra High Frequency (UHF)	TV aberta, local, geradora	Alcance restrito à localidade - produzem programação própria (podendo estipular convênios com as redes nacionais). Comercializam espaços publicitários em sua grade. São concessões e obedecem regulamentação da ANATEL e do Ministério das Comunicações.	TV Cultura de Montenegro (Rio Grande do Sul), TV Top Cultura (Outro Preto, Minas Gerais), Rede Vida (São José do Rio Preto, São Paulo), TV Unisinos, TV Ulbra, UCS TV.
	TV aberta, comunitária, geradora retransmissora	Alcance restrito ao município, tem programação produzida localmente, até o limite de 15% do tempo total da grade das emissoras educativas, as quais são obrigadas a retransmitir (por força da regulamentação). Não comercializa espaços da grade, mas recebe patrocínios na forma de apoio cultural. São outorgas viabilizadas pela Portaria 291/90 (atualmente suspensa) e obedecem regulamentação própria, sob a égide do Ministério das Comunicações (Secretaria Nacional de Comunicação de Massa).	Metropolitana (Sorocaba-SP), TV Beira Rio (Piracicaba-SP), TV Búzios (Búzios-RJ), TV Educativa de Barretos (Barretos-SP), TV Diário (Rio Claro-SP), TV Americana (Americana-SP), TV Limeira (Limeira-SP) TV Guarapari (Guarapari-ES), TV Lajeado (Lajeado-RS).

Quadro 10

Fonte: PERUZZO, Cicília M. K. TV comunitária: aspectos históricos. *BOLETÍN ALAIC* Comunicación para Latinoamérica. São Paulo, n. 8, feb. 2003. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletin8/cicilia.doc>>. Acesso em: 16 mar. 2003.; MACHADO, Arlindo; MAGRI, Caio; MASAGÃO, Marcelo. *Rádios livres. A reforma agrária no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986; SANTORO, Luis F. *As imagens nas mãos*. São Paulo: Summus, 1990. Compilação elaborada pelo pesquisador Alvaro Benevenuto Jr (2005).

<sup>94</sup> a listagem a seguir mostra TVs abertas, abertas/fechadas e fechadas

#### 4.10 QUADRO DAS EMISSORAS POR REGIÃO

Dentro da proposta de elaborar uma cartografia do audiovisual brasileiro em 2005, solicitamos aos pesquisadores que elaborassem quadros com as principais emissoras do seu estado e região. Assim, foi possível visualizar as mais significativas empresas de radiodifusão apontando o nome da emissora, o Estado de origem, informando se é um serviço oferecido gratuitamente (em canal aberto), por assinatura (fechado) ou misto (aberta/fechada). Também apresentamos as características de cada emissora classificando-a em comercial, legislativa, educativa, educativas universitárias ou comunitárias.

Embora este seja um capítulo sobre TVs abertas, tomamos a liberdade de incluir nos próximos quadros, relativos às emissoras de todo o país, canais de TV que somente estão disponíveis por assinatura, assim como alguns que estão disponíveis nos dois sistemas.

Observamos que, a exemplo dos gêneros televisivos, cada vez mais híbridos e difíceis de classificar, também o tipo de produtos culturais que as emissoras oferecem é difícil de classificar. Por isso, nos quadros abaixo, será possível encontrar algumas classificações mistas, como por exemplo a Rede Boas Novas, do Amazonas, ligada à Assembléia de Deus, que é uma emissora cultural/religiosa; a TV Gênese (DF), que é classificada como religiosa/educativa ou ainda a Rede Record (SP), classificada como religiosa/comercial.

## REGIÃO SUL

Emissora	Estado	Tipo	Característica	Situação
RBS	RS	Aberta	Comercial	Local
SBT	RS	Aberta	Comercial	Local
Band	RS	Aberta	Comercial	Local
Pampa	RS	Aberta	Comercial	Local
Guafba	RS	Aberta	Comercial	Local
TVE	RS	Aberta	Educativa	Local
TV COM (RBS)	RS	Aberta	Comercial	Local
Canal Rural	RS	Fechada	Comercial	Local
Canal Ulbra	RS	Ab/Fechada	Comercial	Local
Canal Comunitário (POA TV)	RS	Fechada	Comunitária	Local
TV Justiça	RS	Fechada	Legislativa	Local
TV Urbana	RS	Ab/fechada	Comercial	Local
Uni TV	RS	Fechada	Universitária	Local
TV Assembléia Legislativa	RS	Fechada	Legislativa	Local
TV Senado	RS	Fechada	Legislativa	Nacional
TV Câmara	RS	Fechada	Legislativa	Nacional
Canal 20	RS	Fechada	Comercial	Local
Rede Mulher	RS	Fechada	Comercial	Nacional
Rede Vida	RS	Fechada	Comercial	Nacional
MTV	RS	Ab/fechada	Comercial	Local
Tv Unisinos	RS	Ab/fechada	Universitária	Local
RPC (Globo)	PR	Aberta	Comercial	Local
SBT	PR	Aberta	Comercial	Local
Band	PR	Aberta	Comercial	Local
TVE	PR	Aberta	Educativa	Local
Canal 21	PR	Aberta	Comercial	Local
TV Exclusiva	PR	Aberta	Comercial	Local
Record	PR	Fechada	Comercial	Nacional
Canal Comunitário	PR	Fechada	Comunitária	Local
TV Senac	PR	Fechada	Comercial	Nacional
Rede TV	PR	Fechada	Comercial	Nacional
Canal Universitário	PR	Fechada	Universitária	Local
Canal 20	PR	Fechada	Comercial	Local
Canal 21	PR	Fechada	Comercial	Nacional
Canal Rural	PR	Fechada	Comercial	Regional
Rede Vida	PR	Fechada	Comercial	Nacional
Cultura e Arte	PR	Fechada	Educativa/ Cultural	Nacional
CNT	PR	Aberta	Comercial	Local
TV Justiça	PR	Fechada	Legislativa	Local
TV Senado	PR	Fechada	Legislativa	Nacional
TV Câmara Federal	PR	Fechada	Legislativa	Nacional
MTV	PR	Ab/fechada	Comercial	Local
RBS	SC	Aberta	Comercial	Local
SBT	SC	Aberta	Comercial	Local
Band (TV Barriga Verde)	SC	Aberta	Comercial	Local
Rede TV Sul	SC	Aberta	Comercial	Local
TVE	SC	Aberta	Educativa	Local
Canal Comunitário	SC	Fechada	Comunitária	Local
Universitário (UFSC)	SC	Fechada	Universitária	Local
TV Assembléia Legislativa	SC	Fechada	Legislativa	Local
TV Senado	SC	Fechada	Legislativa	Nacional
TV Câmara Federal	SC	Fechada	Legislativa	Nacional
Cultura e Arte	SC	Fechada	Educativa/ Cultural	Nacional
Canal 20	SC	Fechada	Comercial	Local
Rede TV	SC	Fechada	Comercial	Nacional
Rede Vida	SC	Fechada	Comercial	Nacional
Canal Rural	SC	Fechado	Comercial	Regional
TV Com	SC	Fechada	Comercial	Local
Tv Justiça	SC	Fechada	Legislativa	Local

Quadro 11

## REGIÃO NORTE

## Emissoras de TV do Norte

	Emissora	Estado	Tipo	Transmissão	Característica
Rádio e TV do Amazonas Ltda.	TV Acre	AC	Aberta	Local/regional	comercial
Governo do Estado do Acre - Fundação de Cultura e Comunicação Elias Mansur.	TV Aldeia	AC	Aberta	Local/regional	estatal
Rádio e Televisão Norte Ltda.	TV Gazeta	AC	Aberta	Regional/local	comercial
Rede União de Rádio e Televisão Ltda.	TV União - Band	AC	Aberta	Regional/local	comercial
Sociedade Acreana de Comunicação Fronteira Ltda.	SBT Acre	AC	Aberta	Regional/local	Comercial
Sociedade Rádio Equatorial Ltda.	TV Imperial e Rádio Equatorial,	AC	Aberta	local	comercial
Fundação Evangélica Boas Novas (Assembléia de Deus),	RBN TV	AM	Aberta	Regional	Cultural/religiosa
Fundação Televisão e Rádio Cultura do Amazonas.	TV Cultura	AM	Aberta	Local	Educativa
Rádio e Televisão Rio Negro Ltda.,	TV Rio Negro	AM	Aberta	Local	Comercial
Rádio e TV do Amazonas Ltda.,	TV Amazonas	AM	Aberta	Local/regional	Comercial
Rede Floresta Viva Comunicação Ltda.,	canal 49	AM	Sem licença		
Sociedade Manauara Ltda.	TV Manaus	AM	Aberta	Local	comercial
Televisão A Crítica Ltda.,	TV A Crítica	AM	Aberta	Local/regional	Comercial
Rádio e TV do Amazonas Ltda.	Amazonsat	AM	Satélite aberto/assinatura	Regional	comercial
Beija Flor Radiodifusão Ltda;	Canal 24	AP	Aberta	Local	comercial
TV Amazônia Ltda.	SBT - TV Amazônia	AP	Aberta	Local	Comercial
Z Sistema Equatorial de Comunicações Ltda.	TV Equatorial	AP	Aberta	Loçaç	Comercial
Rádio e TV do Amazonas Ltda	TV Amapá	AP	Aberta	Local/regional	comercial
Fundação de Telecomunicações do Pará.	Rádio e TV Cultura	PA	Aberta	local	Educativa
Fundação Nazaré de Comunicação,	TV Nazaré	PA	Aberta	local	Cultural/religiosa
Rádio e Televisão Guajará Ltda.,	RBN TV	PA	Aberta	local	cultural
Rádio e Televisão Marajoara Ltda.,	TV Marajoara	PA	Aberta	local	Cultural/comercial
Rede Brasil Amazônia de Televisão,	RBA TV	PA	Aberta	local	comercial
Televisão Liberal Ltda.,	TV Liberal	PA	Aberta	local	comercial
TVSBT Canal 5 de Belém S.A.,	SBT Belém	PA	Aberta	local	Comercial
Amazônia Cabo Ltda.	TV Candelária	RO	Aberta	local	comercial
Rádio e TV do Amazonas Ltda.	TV Rondônia	RO	Aberta	Local/regional	comercial
Rede Brasil Norte de Televisão Ltda.	RBN	RO	Aberta	local	comercial
TV Allamanda Ltda.	TV Allamanda	RO	Aberta	local	comercial
Rede Tropical de Comunicação Ltda.	SBT Roraima	RR	Aberta	Local/regional	comercial
Rádio e TV Amazônia Ltda.	TV Roraima	RR	Aberta	Local/regional	comercial
TV Ativa, canal 20	TV Ativa	RR	Aberta – UHF	local	comercial
Rede Tropical de Comunicação Ltda.,	SBT Roraima	RR	Aberta	local	Comercial
Rádio e TV do Amazonas,	TV Roraima	RR	Aberta	local	Comercial
TV Ativa	Canal 20	RR	Aberta	local	Comercial/comunitária
Sociedade Rádio Equatorial Ltda.	TV Imperial	RR	Aberta	local	comercial
TV Caburaí.	canal 8	RR	Aberta	local	comercial
Boa Sorte Rádio e Televisão Ltda.	TV Jovem Palmas	TO	Aberta	local	Comercial
Fundação Universidade do Tocantins	canal 13	TO	s/licença	local	educativa
Sistema de Comunicação Rio Bonito Ltda.	TV Cristal	TO	Aberta	Local/comunitária	comercial
Sistema de Comunicação Rio Bonito Ltda.	TV Lajeado	TO	Aberta	Local/comunitária	Comercial
Organização Jaime Câmara	TV Anhanguera	TO	Aberta	Local?regional	comercial

Quadro 12

## REGIÃO CENTRO-OESTE

## Emissoras Do Centro- Oeste

Emisora	Canal	Estado	Tipo	Geradora /RTV	Transmissã o	Característica
TV Câmara	TV Câmara	DF	Aberta/assinatura	Geradora	Nacional	Institucional
TV Apoio	TVE/independente/TV minas	DF	Aberta/Assinatura	Geradora	Local	Educativa
TV Gênese	Sara Nossa Terra	DF	Aberta/Assinatura	Geradora	Nacional	Religiosa/educativa
TV Bandeirantes	Band	DF	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Capital	Record	DF	Aberta	Geradora	Local	Religiosa/Comercial
TV Brasília	Rede 21	DF	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Nacional	TVE/Radiobrás	DF	Aberta	Geradora	Local	Educativa
TV Senado	TV Senado	DF	Aberta/Assinatura	Geradora	Nacional	Institucional
TV Globo	Globo	DF	Aberta	Geradora	Local	Comercial
SBT	SBT	DF	Aberta	Geradora	Local	Comercial
RADIO E TELEVISAO OM LTDA	CNT	DF	Aberta	RTV	Nacional	Comercial
REDE MULHER DE TELEVISAO LTDA	Rede Mulher	DF	Aberta	RTV	Nacional	Religiosa
TV Brasil Central	TVE	GO	Aberta	Geradora	Local	Educativa
TV Goiania	Band	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Rio Parnaíba	Globo	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Anhanguera	Globo	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Goya	Record	GO	Aberta	Geradora	Local	Religiosa/Comercial
TV Pirapitinga	Globo	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Riviera de Rio Verde	Globo	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Rio Vermelho	Globo	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Serra Dourada	SBT	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Tocantins	Globo	GO	Aberta	Geradora	Local	Comercial
ABRIL RADIODIFUSAO S/A	MTV	GO	Aberta	RTV	Nacional	Comercial
RADIO E TELEVISAO OM	CNT	GO	Aberta	RTV	Nacional	Comercial
TELEVISAO CIDADE MODELO	RIT	GO	Aberta	RTV	Nacional	Religiosa
TELEVISAO INDEPENDENTE DE SAO JOSE DO RIO PRETO	Rede Vida	GO	Aberta	RTV	Nacional	Religiosa
TV Mundial	CNT/TVE	MT	Aberta	Geradora	Local	Educativa
TV Brasil Oeste	Band	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Centro América Sinop	Globo	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Centro América Rondonópolis	Globo	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Centro América	Globo	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Cidade Verde	SBT	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Rondon Cuiabá	Rede TV!	MT	Aberta	RTV	Local	Comercial
TV Rondon Rondonópolis	Rede TV!	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial
MTV Cuiabá	MTV	MT	Aberta	RTV	Local	Comercial
TV Record Cuiabá	Record	MT	Aberta	Geradora	Local	Comercial/Religiosa
TV Campo Grande	SBT	MS	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV MS	Record	MS	Aberta	Geradora	Local	Comercial/Religiosa
TV Guanandi	Band	MS	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Pantanal	TVE	MS	Aberta/ass	Geradora	Local	Universitária
TV Cidade Branca	Globo	MS	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Dourados	RIT	MS	Aberta	Geradora	nacional	Religiosa
TV Morena	Globo	MS	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TV Sulamérica	Globo	MS	Aberta	Geradora	Local	Comercial
TVE Regional	TVE	MS	Aberta	Geradora	Local	Educativa
TV Universidade	TVE/Cultura	MS	Fechada	-	Local	Universitária
TV Pantanal	independente	MS	Aberta/fechada	Geradora	Local	Universitária
REDE MULHER DE TELEVISAO	Mulher	MS	Aberta	RTV	Nacional	Religiosa
TELEVISAO CIDADE MODELO	RIT	MS	Aberta	RTV	Nacional	Religiosa
FUNDAÇÃO JOAO PAULO II	TV Canção Nova	MS	Aberta	RTV	Nacional	Religiosa
RADIO E TELEVISAO OM LTDA	CNT	MS	Aberta	RTV	Nacional	Comercial
ABRIL RADIODIFUSAO S/A	MTV	MS	Aberta	RTV	Nacional	Comercial
TV UCDB	Independente/	MS	Fechada	-	Local	Universitária
Canal Universitário	TV Universidade/TV Pantanal e TV UCDB	MS	Fechada	-	Local	universitária
Canal do Boi	Independente	MS	Fechada	-	Nacional	Comercial

REGIÃO SUDESTE<sup>95</sup>

## 1. Emissoras Do Rio De Janeiro

	Emissora	Cidade	Estado	Tipo	Transmissão	Característica
AXN	CABO AXN	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
FOX CHANNEL	CABO FOX CHANNEL	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
TV SENADO	CABO TV SENADO	Rio de Janeiro	RJ	fechada	nacional	Legislativa
TV CÂMARA	CABO TV CÂMARA	Rio de Janeiro	RJ	fechada	nacional	Legislativa
TV ALERJ	CABO TV ALERJ	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	Legislativa
TV JUSTIÇA	CABO TV JUSTIÇA	Rio de Janeiro	RJ	fechada	nacional	Legislativa
SONY	CABO SONY	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
TNT	CABO TNT	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
UNIVERSAL CHANNEL	UNIVERSAL CHANNEL	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
WARNER CHANNEL	CABO WARNER CHANNEL	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
GLOBONEWS RJ	CABO GLOBONEWS	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
TV FUTURA	CABO TV FUTURA	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	educativa
GNT RJ	CABO GNT	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
INTER TV CABO FRIO	TV GLOBO	Cabo Frio	RJ	aberta	local	comercial
INTER TV PLANICIE	TV GLOBO	Campos dos Goytacazes	RJ	aberta	local	comercial
INTER TV SERRA+MAR	TV GLOBO	Nova Friburgo	RJ	aberta	local	comercial
MTV RIO	TV MTV	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
MULTISHOW	CABO MULTISHOW	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
REDETV RIO	TV REDETV	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
SPORTV	CABO SPORTV	Rio de Janeiro	RJ	fechada	local	comercial
TV BANDEIRANTES	TV BANDEIRANTES	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
TV CIDADE IMPERIAL	TV CIDADE IMPERIAL	Petrópolis	RJ	aberta	local	comercial
TV CORCOVADO	TV CNT	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
TV GLOBO	TV GLOBO	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
TV NORTE FLUMINENSE	TV RECORD	Campos dos Goytacazes	RJ	aberta	local	comercial
TV RECORD-RJ	TV RECORD	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
TV RIO SUL	TV GLOBO	Resende	RJ	aberta	local	comercial
TV SBT	TV SBT	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	comercial
TV SBT Interior	TV SBT	Nova Friburgo	RJ	aberta	local	comercial
TV SUL FLUMINENSE	TV BANDEIRANTES	Barra Mansa	RJ	aberta	local	comercial
FUND. CULTURAL DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA REGIÃO DOS LAGOS	FUND. CULTURAL DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA REGIÃO DOS LAGOS	Parati	RJ	aberta	local	educativa
FUND. CULTURAL DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA COSTA DOURADA	FUND. CULTURAL DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA COSTA DOURADA	Itaquai	RJ	aberta	local	educativa
FUNDAÇÃO CIDADES HISTÓRICAS	TV CULTURA	Petrópolis	RJ	aberta	local	educativa
FUNDAÇÃO EDUCATIVA DE RADIODIFUSÃO FUTURA	FUNDAÇÃO EDUCATIVA DE RADIODIFUSÃO FUTURA	São Gonçalo	RJ	aberta	local	educativa
FUNDAÇÃO UNIVERSO	FUNDAÇÃO UNIVERSO	São Gonçalo	RJ	aberta	local	educativa
FUNDAÇÃO VENEZA DE RÁDIO E TV EDUCATIVA	FUNDAÇÃO VENEZA DE RÁDIO E TV EDUCATIVA	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	educativa
FUNDAÇÃO VILA REAL	FUNDAÇÃO VILA REAL	Niterói	RJ	aberta	local	educativa
PREFEITURA MUNICIPAL DE VOLTA REDONDA	PREFEITURA MUNICIPAL DE VOLTA REDONDA	Volta Redonda	RJ	aberta	local	educativa
RADIOBRÁS EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO	TVE	Rio de Janeiro	RJ	aberta	local	educativa

Quadro 14

<sup>95</sup> as emissoras a seguir são apresentadas por Estado porque a Região Sudeste agrupa o maior número de emissoras cabeças-de-rede do país

## 2. Emissoras de TV do Espírito Santo

	<b>Emissora</b>	<b>Estado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Transmissão</b>	<b>Característica</b>
TV Tribuna	SBT	ES	aberta	local	Comercial
TV Capixaba	Bandeirantes	ES	aberta	local	Comercial
TV Vitória	Record	ES	aberta	local	Comercial
TV Gazeta	Globo	ES	aberta	local	Comercial
TV Norte	Globo	ES	aberta	local	Comercial
TV Cachoeiro	Globo	ES	aberta	local	Comercial
TV Guarapari	TVE	ES	aberta	local	Educativa
TV Colatina	TVE	ES	aberta	local	Educativa
TV São Mateus	TVE	ES	aberta	Local	Educativa
GTV	Canal local	ES	fechada	local	Comercial
TV Ambiental	Canal local	ES	fechada	local	n.i.
TV Universitária	IES locais	ES	aberta	local	Educativa
TV Assembléia	ALES	ES	aberta	local	Legislativa

Quadro 15 n.i. = não identificado

### 3. Emissoras De Tv No Estado De São Paulo

	Emisora*	Estado	Tipo	Transmissão	Característica
TV Cultura	Cutura	SP	aberta	local	educativa
TVSBT	SBT	SP	aberta	local	comercial
TV Globo	Globo	SP	aberta	local	comercial
TV Record	Record	SP	aberta	local	comercial
REDE TV	REDE TV	SP	aberta	local	comercial
TV GAZETA	GAZETA	SP	aberta	local	comercial
BAND	BANDEIRANTES	SP	aberta	local	comercial
REDE 21	Bandeirantes	SP	aberta	local	comercial
CNT	CNT	SP	aberta	local	educativa
MTV	ABRIL	SP	aberta	local	comercial
REDE VIDA	REDE VIDA	SP	aberta	local	religiosa
REDE MULHER	REDE MULHER	SP	aberta	local	comercial
REDE GOSPEL	REDE GOSPEL	SP	aberta	local	religiosa
A&E MUNDO		SP	fechada	local	comercial
AXN		SP	fechada	local	comercial
CANAL BRASIL	Globosat	SP	fechada	local	comercial
CARTOON		SP	fechada	local	educativa
CINEMAX		SP	fechada	local	comunitária
CNN		SP	fechada	local	comercial
DISCOVERY		SP	fechada	local	comercial
ESPN BRASIL		SP	fechada	local	comercial
EUROCHANNEL		SP	fechada	local	Comercial
FILM & ARTS		SP	fechada	local	Comercial
FOX		SP	fechada	local	Comercial
FOX NEWS		SP	fechada	local	comercial
FUTURA	Globosat	SP	fechada	local	educativa
GLOBO NEWS	Globosat	SP	fechada	local	comercial
GNT	Globosat	SP	fechada	local	Comercial
HBO		SP	fechada	local	Comercial
JETIX		SP	fechada	local	Comercial
MAX PRIME		SP	fechada	local	Comercial
MULTISHOW	Globosat	SP	fechada	local	Comercial
NATIONAL GEOGRAPHIC		SP	fechada	local	Comercial
NICKELODEON		SP	fechada	local	Comercial
REDE SESC/SENAC		SP		local	
SONY		SP	fechada	local	Comercial
SPORTV	Globosat	SP	fechada	local	Comercial
TELECINE CULT	Globosat	SP	fechada	local	comercial
TELECINE ACTION	Globosat	SP	fechada	local	comercial
TELECINE EMOTION	Globosat	SP	fechada	local	comercial
TELECINE PIPOCA	Globosat	SP	fechada	local	comercial
TELECINE PREMIUM	Globosat	SP	fechada	local	comercial
UNIVERSAL CHANNEL	Globosat	SP	fechada	local	comercial
WARNER		SP	fechada	local	educativa
CANAL UNIVERSITÁRIO		SP	aberta	local	universitária/Edu-cativa
TV Senado		SP	aberta	local	
BAND NEWS	Bandeirantes	SP	fechada	local	comercial
MIX TV	MIX	SP	aberta	local	comercial
CBI		SP	aberta	local	comercial
CANAL SP		SP	aberta	local	comercial
CANAL COMUNITÁRIO		SP	aberta	local	educativa
E!		SP	fechada	local	comercial
MGM		SP	Fechada	local	comercial
TCM	TVA	SP	Fechada	local	
TV LEGISLATIVA		SP	Aberta	local	comercial
1001 NOITES	TVA	SP	Fechada	local	comercial
CANAL TVA	TVA	SP	Fechada	local	comercial
BOOMERANG	TVA/NET	SP	fechada	local	comercial
DISCOVERY KIDS	TVA	SP	fechada	local	
DISNEY CHANNEL	TVA/NET	SP	fechada	local	comercial



	<b>Emisora*</b>	<b>Estado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Transmissão</b>	<b>Característica</b>
TV RA-TIM-BUM	CULTURA	SP	fechada	local	comercial
ANIMAL PLANET	TVA/NET	SP	fechada	local	educativa
PEOPLE & ARTS	NET/TVA	SP	fechada	local	comercial
HISTORY CHANNEL	TVA	SP	fechada	local	comercial
CNN IN ESPANHOL	TVA	SP	fechada	local	comercial
DISCOVERY HOME & HEALTH	TVA	SP	fechada	local	comercial
CINE BRASIL TV	TVA	SP	fechada	local	comercial
NHK	Globo	SP	fechada	local	comercial
RAI	NET/TVA	SP	fechada	local	
RTPi	SBT	SP	fechada	local	comercial
DW	SBT	SP	fechada	local	comercial
TV DA GENTE	INDEPENDENTE	SP	aberta	local	comercial
NGT	INDEPENDENTE	SP	aberta	local	Comercial
BAND SPORTS	Bandeirantes	SP	fechada	local	Comercial
ART		SP	fechada		Comercial
TV CÂMARA		SP	aberta		
TV JUSTIÇA		SP	Aberta		
PLAYBOY TV		SP	fechada		Comercial
Tv 5	Net/directv	SP	Fechada		Comercial
MULTIPREMIER	directv	SP	Fechada		Comercial
HALLMARK	directv	SP	Fechada		Comercial
TVE	Net/directv	SP	Fechada		Comercial
ANIMAX	directv	SP	Fechada		Comercial
CASA CLUB TV	Net/directv	SP	Fechada		Comercial
SHOPTIME.COM	GLOBOSAT	SP	Fechada		Comercial
BLOOMBERG	Net/directv	SP	Fechada		Comercial
BBC WORLD		SP	Fechada		Comercial
FOX		SP	Fechada		comercial

Quadro 16

\* Os demais canais estão disponíveis em diferentes operadoras.

#### 4.Emissoras de TV de Minas Gerais

	<b>Emissora</b>	<b>Estado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Transmissão</b>	<b>Característica</b>
TV Alterosa	SBT	MG	aberta	local	Comercial
TV Band Minas	Bandeirantes	MG	aberta	local	Comercial
Rede Record Minas	Record	MG	aberta	local	Comercial
TV Globo Minas	Globo	MG	aberta	local	Comercial
TV Sul de Minas	Globo	MG	aberta	local	Comercial
TV Panorama	Globo	MG	aberta	local	Comercial
Rede TV	Rede TV	MG	aberta	local	Comercial
Rede Minas	Canal local	MG	aberta	regional	Educativa
TVC	Canal local	MG	fechada	local	Comunitária
BH Geraes	Canal local	MG	fechada	Local	Educativa
Rede Super	Canal local	MG	fechada	local	Religiosa
TV Horizonte	Canal local	MG	fechada	local	Religiosa
TV Universitária	IES locais	MG	fechada	local	Universitária
TV Assembléia	ALEMG	MG	fechada	local	Legislativa

Quadro 17

## REGIÃO NORDESTE

## Emissoras de TV do Nordeste

	<b>Emissora</b>	<b>Estado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Transmissão</b>	<b>Característica</b>
TV Bahia	Globo	BA	Aberta	local	comercial
TV Santa Cruz	Globo	BA	Aberta	local	comercial
TV Sudoeste da Bahia	Globo	BA	Aberta	local	comercial
TV Oeste da Bahia	Globo	BA	Aberta	local	comercial
TV Subaê	Globo	BA	aberta	local	comercial
TV São Francisco	Globo	BA	aberta	local	comercial
TV Aratu	SBT	BA	aberta	local	comercial
Band Bahia	Bandeirantes	BA	aberta	local	comercial
Instituto de Radiodifusão Educativa da Bahia	Radiobras	BA	aberta	local	educativa
TV Itapoan	Record	BA	aberta	local	comercial
TV Cabralia	Rede Mulher	BA	aberta	local	comercial
TV Sul Bahia de Teixeira de Freitas	Independente	BA	aberta	local	educativa
TV Cidade	Net	SE	fechada	local	comercial
TV Sergipe	Globo	SE	aberta	local	comercial
TV Atalaia	SBT	SE	aberta	local	comercial
TV Canção Nova	Fundação João Paulo II	SE	aberta	local	religiosa
TV Aperipê	Radiobras	SE	aberta	local	educativa
TV Caju	LigTv	SE	fechada	local	comunitária
TV Pajuçara	SBT	AL	aberta	local	comercial
TV Gazeta de Alagoas	Globo	AL	aberta	local	comercial
TV Alagoas (Sampaio Rádio e Televisão)	Bandeirantes	AL	aberta	local	comercial
Rádio e TV	Independente	PE	aberta	local	educativa
TV Globo Recife	Globo	PE	aberta	local	comercial
TV Asa Branca	Globo	PE	aberta	local	comercial
TV Grande Rio	Globo	PE	aberta	local	comercial
TV da Universidade Federal de Pernambuco	Padre Anchieta	PE	aberta	local	universitária/educativa
TV Tribuna (Nassau Editora Rádio e TV)	Record	PE	aberta	local	comercial
Detelpe (Departamento de Telecomunicação de Pernambuco)	Rede 21	PE		local	
TV e Rádio Jornal do Commercio	SBT	PE	aberta	local	comercial
TV Jornal	SBT	PE	aberta	local	comercial
Elo Comunicação – TV Caruaru	SBT	PE	aberta	local	comercial
TV Ômega	Ômega (Rede TV)	PE	aberta	local	comercial
TV Guararapes	Bandeirantes	PE	aberta	local	comercial
TV Cabo Branco	Globo	PB	aberta	local	comercial
TV Paraíba	Globo	PB	aberta	local	comercial
TV Tambaú	SBT	PB	aberta	local	comercial
TV Borborema	SBT	PB	aberta	local	comercial
Empresa de Televisão João Pessoa	Record	PB	aberta	local	comercial
TV Correio	Record	PB	aberta	local	comercial
TV O Norte	Bandeirantes	PB	aberta	local	comercial
Mais TV		PB	fechada	local	comercial
TV Cabugi	Globo	RN	aberta	local	comercial
TV Ponta Negra	SBT	RN	aberta	local	comercial
Ministério da Educação	Padre Anchieta	RN	aberta	local	educativa
TV Universitária	TVE	RN	aberta	local	universitária/educativa
TV Tropical	Record	RN	aberta	local	comercial
TV Novos Tempos	Bandeirantes	RN	aberta	local	comercial
TV Verdes Mares	Globo	CE	aberta	local	comercial
TV Diário (Grupo Verdes Mares)	Globo	CE	aberta	local	comercial
TV Jangadeiro	SBT	CE	aberta	local	comercial
Fundação de Teleducção do estado do Ceará	Padre Anchieta	CE	aberta	local	educativa
TV Cidade de Fortaleza	Record	CE	aberta	local	comercial
TV Ômega	Ômega (Rede TV)	CE	aberta	local	comercial
TV Capital de Fortaleza	Independente	CE		local	
TV Clube	Globo	PI	aberta	local	comercial

	<b>Emissora</b>	<b>Estado</b>	<b>Tipo</b>	<b>Transmissão</b>	<b>Característica</b>
TV Alvorada do Sul	Globo	PI	aberta	local	comercial
TV Pioneira	SBT	PI	aberta	local	comercial
TV Cidade Verde (retransmissora)	SBT	PI	aberta	local	comercial
Fundação Antares	Padre Anchieta	PI	aberta	local	
Jet Radiodifusão	Record	PI	aberta	local	comercial
TV Antena 10	Record	PI	aberta	local	comercial
TV Piauí	TVE	PI	aberta	local	educativa
TV Meio Norte	Sistema Meio Norte de Comunicação	PI		local	comercial
TV Mirante São Luís	Globo	MA	aberta	local	comercial
TV Mirante Santa Inês	Globo	MA	aberta	local	comercial
TV Mirante	Globo	MA	aberta	local	comercial
TV Mirante Imperatriz	Globo	MA	aberta	local	comercial
TV Balsas	Globo	MA	aberta	local	comercial
Radiobras Empresa Brasileira de Comunicação	Radiobras	MA	aberta	local	
Curimã	SBT	MA	aberta	local	comercial
TV Difusora	SBT	MA	aberta	local	comercial
Ribamar	TV Ômega (Rede TV)	MA	aberta	local	comercial
Eldorado	Independente	MA	aberta	local	
Sistema Timor de Radiodifusão	Bandeirantes	MA	aberta	local	comercial

Quadro 18

# As TVs por Assinatura

**É possível abordar a televisão com um dispositivo audiovisual através do qual uma civilização pode exprimir a seus contemporâneos os seus próprios anseios e dúvidas, as suas crenças e descrenças, as suas inquietações, as suas descobertas e os vôos de sua imaginação. Aí, a questão da qualidade passa a ser fundamental.**

**Arlindo Machado,2001**

## 5.1 INTRODUÇÃO

A TV por assinatura se define, segundo Brittos (2001), como um sistema de transmissão de imagens e som que utiliza qualquer meio de emissão de sinais codificados, podendo ser ele através do espectro eletromagnético (ondas *hertzianas*) ou físico (cabos coaxiais ou fibra óptica), sendo acessado mediante pagamento de taxas diversas (adesão, manutenção e aquisição de serviços especiais - *pay-per-view*).

No Brasil, quem têm condições econômicas para manter uma assinatura mensal pode escolher entre as TVs por assinatura por cabo, microondas ou satélite - MMDS<sup>96</sup>, DBS<sup>97</sup> ou DTH<sup>98</sup>. Mas é o serviço por cabo o que apresenta maior percentual de subscritos, através da Net (60%), como mostra o Anuário Pay-TV 2006. A TV a cabo é considerada serviço público e tem sua exploração por áreas definidas. A distribuição desses lugares é realizada através de concorrência pública, regulada pela Lei 8977/95, apoiada por normas e regimentos complementares.<sup>99</sup>

A TV a cabo é uma tecnologia de transmissão criada no final da década de 1940 com a intenção de melhorar a recepção dos sinais das emissoras abertas norte-americanas em regiões serranas, onde se instalavam antenas no topo de uma montanha e a distribuição dos sinais para as residências era feita através de uma rede de fios.

---

<sup>96</sup> O chamado *Multichannel Multipoint Distribution System* (MMDS), Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais transmite imagens captadas por antenas utilizando frequências elevadas de microondas.

<sup>97</sup> O *Direct Broadcasting System* (DBS), ou Sistema de Emissão Direta emite o sinal direto do satélite (banda C) para os assinantes.

<sup>98</sup> O *Direct to Home* (DTH), também chamado de Direto para Casa é uma transmissão por satélites dotados de banda KU, que permite grande disponibilidade de canais.

<sup>99</sup> BRITTOS, Valério C. "Capitalismo contemporâneo, mercado brasileiro de televisão por assinatura e expansão transnacional". 2001. *Tese* (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal da Bahia, Salvador. p. 173-179.

Isso ocorreu no interior dos Estados Unidos, que, em 1952, possuía cerca de setenta pequenos sistemas funcionando. Em 1961, eram setecentos sistemas, saltando para cerca de três mil, em 1971, atendendo a aproximadamente seis milhões de residências.<sup>100</sup>

O rápido crescimento das redes de cabo nas cidades americanas, servindo milhões de residências, despertou a atenção do mercado de televisão.

O Brasil foi o último país latino-americano a implantar o sistema da TV por assinatura<sup>101</sup>. Para alguns estudiosos, serviu para pequenas empresas resolverem problemas de recepção da TV aberta, através das antenas comunitárias. Conforme Brittos,

houve um período prévio, de 1971 a 1987, o pré-mercado, cuja característica principal foi não ter uma estrutura econômica regular definida, mas tentativas isoladas de implantação. A primeira distribuidora de sinal televisivo mediante pagamento, pelo telespectador, foi instalada em 1971.<sup>102</sup>

A operadora era uma das subsidiárias da Globo, a Televisão por Cabo Ltda. (TVC), que instalava antenas coletivas e distribuía os sinais através de redes de cabos em edifícios, além de trabalhar como TV fechada (conteúdos específicos e próprios) no Rio de Janeiro.

<sup>100</sup> NETTRANSCABO. **História da TV a cabo**. Lages: 2003. Disponível em: <<http://www.nettranscabo.com.br/história.htm>>. Acesso em: out. 2003. Ver também DUARTE, Luiz Guilherme (1996). **É pagar para ver. A TV por assinatura em foco**. São Paulo: Summus. Vale registrar que há divergência sobre a data que a TV a cabo começa a funcionar, variando entre 1949 e 1952. Porém, essa imprecisão não atrapalha a análise a que esse trabalho se propõe.

<sup>101</sup> A primeira regulamentação do serviço aconteceu em 1985, quando o presidente José Sarney e o ministro das Comunicações, Antônio Carlos Magalhães, assinaram o decreto 95.744/85, aprovando o regulamento do Serviço Especial de TV por Assinatura.

<sup>102</sup> BRITTOS, op. cit., p. 173. Para a Associação Brasileira de Telecomunicações por Assinatura (ABTA), a primeira distribuição de sinais de TV através de cabo ocorreu em Petrópolis (RJ), em 1958. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELECOMUNICAÇÕES POR ASSINATURA. *Mídia fatos*, 1998: 13). Ver também HERZ, Daniel K(1983). *A introdução de novas tecnologias de comunicação no Brasil: tentativas de implantação do serviço de cabodifusão*. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília e ETGES, Hélio Afonso (1996). **As políticas de televisão a cabo: um estudo comparado entre Argentina e Brasil**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Faculdade dos Meios de Comunicação Social, PUCRS, Porto Alegre. p. 174 e ss.

Para Hoineff (1998:28) a chegada, com atraso, da TV por assinatura no país tem relação direta com a hegemonia das redes abertas, comprovando a pequena capacidade cultural da sociedade e o limitado espírito empreendedor do empresariado das comunicações, que sempre dependeu do Estado para desenvolver-se (e, neste caso, a dependência ocorre desde a instalação da infra-estrutura das redes de telecomunicações até o investimento em publicidade e propaganda). Além disso, é um negócio muito interessante para a consolidação de poder social, político e econômico.

Mas a distribuição de sinais de televisão por meio físico não pode ser analisada apenas como uma questão tecnológica que pretende melhorar a qualidade da transmissão da TV, já que a tecnologia traz uma em si embutida uma visão e valores sobre o mundo. Ou seja, também possui um caráter ideológico. Ela evita as interferências provocadas pelas intempéries e obstáculos naturais para a dissipação das ondas *hertzianas*, mas traz conseqüências econômicas, sociais e culturais que necessitam ser levadas em consideração quando se trata da valorização e da abertura de espaço para o produto audiovisual brasileiro.

Ao fazer uma reflexão sobre a história das tecnologias de comunicação, Armes (1999:46) lembra que “o impulso por trás desse desenvolvimento não é nem humanitário, nem científico, nem artístico – é a busca de lucros cada vez maiores”<sup>103</sup>. Isso nos faz pensar sobre o modelo da televisão por assinatura brasileira onde existem poucas redes nacionais e, por conseqüência, pouca oferta de conteúdos nacionais. Além disso, como veremos mais adiante, os canais gratuitos – legislativos, educativos ou comunitários – ainda são sub-utilizados e muitas vezes, como ocorre em alguns canais comunitários, como é o caso de Porto Alegre, tem sua grade preenchida basicamente por programas religiosos.

---

<sup>103</sup> ARMES, Roy (1999). **On video. O significado do vídeo nos meios de comunicação**. São Paulo: Summus, p. 46-47.



Diferentes das empresas de TVs abertas, as operadoras de TVs por assinatura quando começaram suas atividades encontraram um mercado consolidado no que diz respeito à produção de conteúdos. Os dois grandes grupos operadores, Globo/Sistema Net Brasil/Multicanal e Abril/TVA tem programadoras próprias, com destaque para a Globosat que já produz canais próprios e ou associados.

No Brasil, o ano de 2005 foi prodigioso para as operadoras de TVs por assinatura que chegaram a 129 canais, sem contar os independentes<sup>104</sup>. Além disso, as operadoras conseguiram chegar a casa dos 4 milhões de assinantes, crescendo 9% na base de subscritos e outros 24% em termos de publicidade. Isso representa, segundo o Anuário Pay-TV 2006, um crescimento de 12,5% sendo a convergência tecnológica e a banda larga a grande sensação, embora os serviços de voz ainda frustrem as expectativas dos clientes. O serviço é explorado por cerca de 80 grupos empresariais de pequeno, médio e grande porte, sendo que, destes, 21 já exploram o serviço de banda larga, um mercado que chegou a 600 mil assinantes com acesso em alta velocidade por *cable modem*

<b>Demografia da TV por assinatura</b>							
	<b>Pop. total</b>	<b>Pop. urbana</b>	<b>Pop. rural</b>	<b>Dom. totais</b>	<b>Dom. urbanos</b>	<b>Dom. rurais</b>	<b>Mun. totais</b>
<b>Cidades com cabo e/ou MMDS</b>	105.531.752	100.835.890	4.695.862	29.854.170	28.564.670	1.280.648	484
<b>Total Brasil</b>	184.158.105	151.418.329	32.739.776	50.172.844	41.928.847	8.234.225	5.562

Fonte: PAY-TV, Anatel e Target. Base setembro de 2005.

Gráfico 3

<sup>104</sup> Este cálculo foi feito a partir dos dados fornecidos pelo Anuário Pay-TV 2006. No cômputo geral de 129 emissoras estão inseridos os cinco canais da Rede Telecine, dois da Sport TV, dois do Cinemax, cinco da HBO e três do canal MGM e o Canal de tele-vendas Shop Tour TV, o pioneiro no ramo no Brasil., que no Anuário Pay TV 2006 aparece apenas como TV aberta.

Mas infelizmente, o número de 4 milhões de assinantes ainda é pequeno se comparado a população, estimada pelo Instituto Brasileiro de Economia e Estatística (IBGE)<sup>105</sup> em 185,5 milhões de brasileiros. A “vantagem” deste público restrito é que fazem parte das classes A/B, as que mais consomem no país e possuem em seu interior os chamados formadores de opinião. Para que o mercado de TVs por assinatura se expandisse no país seria preciso preços acessíveis às camadas mais deprimidas, algo que a Associação Brasileira de TVs por Assinatura (ABTA) já cogita fazer<sup>106</sup>.

<b>Penetração nas regiões metropolitanas</b>			
<b>Cidade</b>	<b>Domicílios com TV</b>	<b>Assinantes</b>	<b>Penetração</b>
<b>São Paulo</b>	5.267.754	750.995	14%
<b>Rio de Janeiro</b>	3.622.004	337.661	9%
<b>Belo Horizonte</b>	1.279.658	138.606	11%
<b>Porto Alegre</b>	1.190.210	113.747	10%
<b>Recife</b>	883.676	24.696	3%
<b>Salvador</b>	821.682	21.675	3%
<b>Curitiba</b>	812.447	84.631	10%
<b>Fortaleza</b>	765.175	43.795	6%
<b>Brasília</b>	608.489	72.200	12%
<b>Belém</b>	434.165	13.107	3%

Fonte: PTS. base junho de 2005.

Gráfico 4

Em termos de potencial de ampliação de base, entretanto, a TV por assinatura vive uma outra realidade. Na teoria, todos os lares poderiam ser assinantes porque todos são servidos pelas tecnologias via satélite. Entre as tecnologias de cabo e MMDS, há um potencial de cobertura de mais de 12 milhões de domicílios, ainda que nem toda a rede disponível esteja

<sup>105</sup> Dados da página web do IBGE ( [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br) ). Acesso em jan 2006.

<sup>106</sup> Segundo informações divulgadas na mídia em 2005.

preparada para os serviços digitais. Atualmente, as concessões ou autorizações de cabo ou MMDS cobrem um total de 484 municípios brasileiros, número menor que os apresentados em 2004 (491 municípios) por causa da desistência de algumas operadoras. O total de municípios com cabo e MMDS de 2005 representam 56% da população brasileira e 73% do índice potencial de consumo. O mercado de TV paga tem basicamente duas fontes de receitas: a assinatura do serviço, paga pelo assinante, e publicidade nos canais. Em média, o brasileiro assinante de TV por assinatura paga cerca de R\$ 100,00 por mês.

Segundo o informativo *Telaviva News*<sup>107</sup>, a participação da audiência (leia-se assinantes) dos canais da TV por assinatura em relação às emissoras de TV aberta cresceu em 2005 se comparado a 2004. Quando o Ibope começou a aferição das audiências das TVs por assinatura em 2001 este índice era de 24,7% e vem crescendo anualmente até chegar a 28,1% no total do dia no ano passado. Em 2004, o índice de participação para o total do dia era 27,7%. Quando a participação se refere unicamente ao horário nobre (das 19h à 1h), o *share* dos canais pagos é em 25,2% - era 25,1% em 2004 – e de apenas 21,8% em 2001. Mas vale salientar que a Rede Globo, sozinha, possui 43% da audiência da TV paga<sup>108</sup>.

A maior franqueadora<sup>109</sup> é a Net Serviços com 60% dos assinantes. E exatamente por ser a maior e mais representativa, baseamos o estudo qualitativo de quatro meses (janeiro-fevereiro e novembro-dezembro) de 2005 sobre a grade de programação de filmes nacionais e da grade dos canais nacionais que apresentam programas de entretenimento (Canal Brasil, GNT e Multishow) a partir da revista *Monet*. Esta é a publicação oficial da Net.

---

<sup>107</sup> Dados de fev/2005. Mais informações em [www.telaviva.com.br](http://www.telaviva.com.br)

<sup>108</sup> Folha de São Paulo, 26/01/2006, coluna Daniel Costa.

<sup>109</sup> Chamam-se franqueadoras as empresas como Net Brasil e Neo TV que contratam, licenciam e empacotam a programação, principalmente a estrangeira..

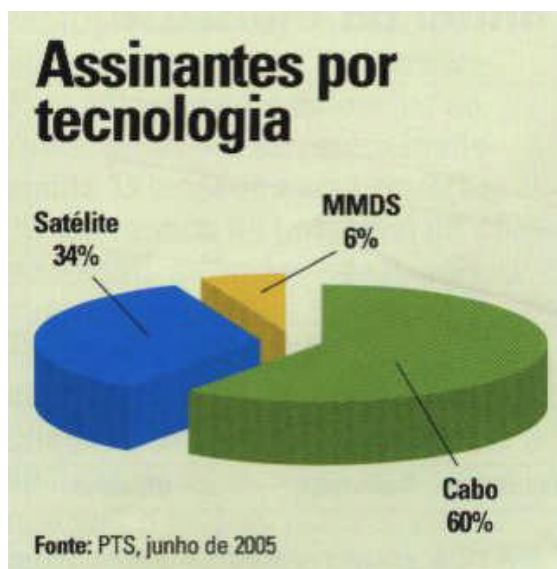


Gráfico 5

Este é o primeiro ano que a empresa teve o primeiro lucro anual da sua história<sup>110</sup>. A Net tem como controladoras as Organizações Globo e a Telmex, do México, com poderes de decisão sobre a estratégia. Globo e Telmex têm acordo para que o controle seja transferido ao grupo mexicano assim que a legislação permitir, ainda que a Globo mantenha as prerrogativas de decidir sobre a programação.

O grupo Abril também participa do mercado de TV paga por meio da TVA, que hoje é a quarta maior operadora de TV por assinatura, atrás da Net Serviços, Sky e DirecTV. A Vivax é outra operadora que cresce e já está praticamente com o mesmo número de assinantes da TVA. A TVA é uma modalidade de TV por assinatura em UHF, no qual o grupo Abril começou nos anos 80 suas atividades na televisão com o lançamento da MTV brasileira.

<sup>110</sup> A empresa fechou o ano com lucro de R\$ 125,7 milhões, ante um prejuízo de R\$ 45,5 milhões em 2004. Atualmente possui 1,5 milhão de assinantes, 8,5% a mais que 2004. Dados Informe Telaviva ([www.telaviva.com.br](http://www.telaviva.com.br)). Acesso em jan/2005.

O grupo Abril optou por investir no MMDS, em associação com grupos regionais. Segundo Caparelli e Lima (2004:88), dificuldades financeiras para crescer no mercado de TVs por assinatura levaram o grupo Abril a associar-se em MMDS e cabo, na TVA, com a ABC Capital depois comprada pela Disney Corp.), com o Chase Manhattan Bank e os grupos Hearst e Falcon Cable. Em São Paulo, a TVA tem associações pontuais com a Canbras Communication Corporation, do Canadá. Mas foi no DTH que o grupo Abril mostrou ousadia, associando-se a um consórcio, o Galaxiy Latin América, que inclui a Hughes Communications (da General Motors), o grupo Cisneros, da Venezuela e o grupo MVS Multivision. Juntos eles operam a marca Direct TV, recentemente adquirida por Rupert Murdoch, também dono da Sky, uma fusão que tem dado o que falar, como veremos a seguir.

A Net Serviços, ao lado da Sky (primeira nas assinaturas por satélite), possuem oferecem o maior número de canais aos assinantes. Já a Direct TV é a segunda maior na tecnologia via satélite. Em 2005, a Agência Nacional de telecomunicações (Anatel) deu sinal verde para a fusão entre Sky e Direct TV, mas o processo ainda necessita ser julgado pelo Conselho Administrativo de Defesa da Concorrência (CADE).

A fusão está preocupando os empresários do setor e a sociedade pela concentração midiática que representa. A Sky, vale lembrar, tem como sócio minoritário - mas com poderes de decisão e veto em relação ao conteúdo – as Organizações Globo. O acionista majoritário é a News Corp. de Rupert Murdoch, que recentemente adquiriu a Direct TV norte-americana, formando o Direct Group, acionista majoritária da Direct TV Brasil. Ou seja, os assinantes da Sky e da Direct TV vão disponibilizar de muitos canais de TV com a mesma fonte: o Grupo Murdoch e as Organizações Globo, sendo que esta última já conta com 60% do mercado de TV a cabo.



Gráfico 6

Mudanças significativas no ambiente normativo da TV paga podem ocorrer na esteira do processo de análise da fusão DirecTV e Sky, âmbito em que vários setores já mostraram desconforto em relação à excessiva concentração vertical<sup>111</sup>. A Secretaria de

<sup>111</sup> Conforme definição utilizada pelo Sistema Brasileiro de Defesa da Concorrência, que congrega os órgãos Cade, SDE (Ministério da Justiça) e SEAE (Ministério da Fazenda, concentração vertical é a concentração que envolve agentes econômicos distintos, que ofertam produtos ou serviços distintos e que fazem parte da mesma cadeia produtiva.



Acompanhamento Econômico (SEAE), do Ministério da Fazenda, recomenda, por exemplo, a quebra do modelo de exclusividade de programação. Já a Anatel recomendou ao CADE que obrigue as empresas a abrirem espaço para programação de grupos nacionais.

Trata-se de uma prática “comum” adotada pelas empresas das Organizações Globo. A programadora Globosat, que tem a responsabilidade por vender mais de 10 dos principais canais de TV por assinatura brasileira (incluindo GloboNews, SporTV, Canal Brasil, GNT e Multishow), adota a prática de não vender programação para empresas que concorram na mesma praça e na mesma tecnologia. A consequência é que apenas as empresas de distribuição de TV por assinatura ligadas ao próprio grupo Globo (Sky e Net Serviços) podem distribuir o conteúdo da Globosat a seus assinantes. A Globosat, além de ter melhor estrutura de produção (em alguns casos, a produção dos canais é feita pela própria TV Globo), também participa, juntamente com a TV Globo, da compra de direitos esportivos de forte apelo junto à audiência, como a Copa do Mundo.

Não é por acaso que o Fórum Nacional da Democratização da Comunicação (FNDC) apresentou pedido ao presidente da Radiobrás, Eugenio Bucci, para que a instituição assumisse o canal Cultura e Arte<sup>112</sup>. Trata-se de um dos seis canais que as operadoras de TV a cabo são obrigadas a disponibilizar para uso gratuito, segundo o artigo 23 da lei 8.977/95. Pela redação, ele deve ser reservado para utilização pelos órgãos que tratam da educação e cultura no governo federal e nos governos estadual e municipal”. A proposta é oferecer variedade e diversidade na oferta televisiva, ainda que restrita aos 2,4 milhões de assinantes da TV a cabo.

---

<sup>112</sup> A formalização do pedido foi realizada em jan/2006. Sobre o tema, ver clipping do FNDC ([www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br)) . Acesso em jan de 2006.

Dez anos depois de aprovada a Lei do Cabo (1995), a única tentativa de inserção do canal educativo-cultural no *line-up* das operadoras foi feita por parte do Executivo federal. Durante o governo Fernando Henrique Cardoso, em abril de 2001, o Ministério da Cultura (MinC) levou ao ar o canal Cultura e Arte<sup>113</sup>, que estreou em abril daquele ano. Inicialmente, a programação do canal era de duas horas nos dias úteis (22h e 24h) e três nos finais de semana (21h às 24h)

Mas, de acordo com informações do próprio FNDC, desde o início das transmissões, o canal Cultura e Arte teve dificuldades em ser aceito pela comunidade cinematográfica e pelo governo. Isto porque os principais realizadores audiovisuais brasileiros, viram o novo canal como um concorrente do Canal Brasil (controlado por cineastas com sociedade da Globosat). A própria Radiobrás também tinha suas restrições. O argumento da estatal era o de que o canal NBr já cumpria o papel de canal educativo-cultural previsto na lei do Cabo. Com o mesmo argumento, a Net negou a inserção em seu *line-up*.

Na época, a imprensa especializada informava que o uso do canal pela Radiobrás configurava uma irregularidade uma vez que o conteúdo do NBr era preponderantemente jornalístico e não educativo ou cultural. Apenas a operadora TVA, do grupo Abril, transportava o sinal do Cultura e Arte no cabo. Em junho do mesmo ano, a TV Escola, ligada ao MEC, passou a retransmiti-lo para as 62 mil escolas que recebiam o sinal via satélite. O canal Cultura e Arte teve uma sobrevida até o final de 2002 quando o novo governo assumiu e o MinC descontinuou os investimentos no Cultura e Arte, enquanto a Radiobrás passou a utilizar o espaço do canal universitário (alínea *e* do inciso I do art.23) para a transmissão da NBr na TV paga.

---

<sup>113</sup> O espaço foi viabilizado a partir de acordo entre a TV Cultura de São Paulo e o MinC e um investimento de R\$ 2,2 milhões.



## 5.2 PROGRAMAÇÃO NACIONAL

Apesar do quadro acima exposto, o ano de 2005 apresentou algumas novidades, como a exibição do seriado nacional *Mandrake*<sup>114</sup> co-produzido pela HBO, a versão brasileira do *reality show* “O Aprendiz” no canal People + Arts e a inclusão de desenhos animados brasileiros no *Cartoom Network* (*Turma da Mônica* e *Cartum Netiuorque*). E, em janeiro de 2006, estreou a série *Avassaladoras*, versão brasileira de *Sex and the City*, uma co-produção da norte-americana FOX com a produtora Total Filmes.

Aliás, 2005 marca o primeiro ano de existência da TV Ra-Tim-Bum, a primeira emissora brasileira com programação totalmente dedicada ao público infanto-juvenil. O canal que possui apenas 20% de penetração na base assinante, já tem sua receita de publicidade maior do que a de assinaturas e conta com o licenciamento de produtos como uma importante fonte de receitas.<sup>115</sup> Também marca a chegada de novos canais na TV por assinatura, como a TV da Gente, originalmente UHF, com 12 horas de programação diárias<sup>116</sup>, incluindo horários alternativos, voltada para a população negra. As duas emissoras nacionais – que funcionam fora do âmbito da Globosat – continuam encontrando dificuldade de distribuição<sup>117</sup>.

A questão da distribuição também foi um problema também encontrado pela direção do Grupo Bandeirantes. Ele demorou em convencer a concorrência (Globosat) a distribuir seu novo canal voltado para o agronegócio, o Terra Viva, que desde agosto vem sendo distribuído

---

<sup>114</sup> Da produtora carioca Conspiração Filmes.

<sup>115</sup> Os dados sobre as empresas de TV foram retiradas da Revista Telaviva, dez/2005, n° 156, na matéria “TVs Querem mais em 2006”, escrita por Ediane Parente.

<sup>116</sup> Dados obtidos do site [www.tvdagente.com.br](http://www.tvdagente.com.br). Acesso em jan/2005.

<sup>117</sup> Até o fechamento deste relatório a TV Ra Tim Bum se encontrava em negociações com a NET e a SKY para distribuição de seus produtos.

pela Sky. Ainda na área rural, chegou o Première Rural, da Globosat, com programação 100% nacional, especializado em rodeios e agronegócio.

Entre as novidades estão o canal internacional da ESPN que passou a ser empacotado, produzido, narrado e gerado também a partir de São Paulo, dando espaço para a nacionalização de conteúdos. Além dele, direto do Paraná, chegou o canal AD - Canal do Autodesenvolvimento, com produção 100% nacional, voltado para a Educação à Distância<sup>118</sup>.

A Neo TV, outra franqueadora do setor ao lado da Net Serviços, está distribuído o novo canal de música do grupo Viacom. O VH1 é essencialmente um canal internacional, mas apresenta opções locais, dada a diferença de opções musicais que possui a América Latina, No Brasil, o VH1 já conta com equipe local de criação e também coordenação musical específica para o país.

Os canais eróticos ampliaram seus domínios no Brasil e dispõem de títulos para todas preferências sexuais. Se antes, os apreciadores podiam escolher entre Playboy TV, Private Gold, Vênus XXL<sup>119</sup>, Canal Adulto Sex Hot, Sexy TV, e Logo TV, G Channel ou GLS TV, a partir de 2005, a Globosat, de olho no mercado potencial que esses canais representam, lançou o *For Man*<sup>120</sup>.

Trata-se de um canal brasileiro de sexo explícito destinado ao público gay masculino. Segundo o Anuário Pay TV 2006, o canal For Man possui 40% de produção nacional.

---

<sup>118</sup> Em 2005, a Net e a Sky incluíram canais musicais internacionais sem intervalo comercial e também canais de documentários, mas que não possuem programação nacional. Também foram disponibilizados aos assinantes um canal asiático (Arirang) e um canal para homens (FX).

<sup>119</sup> Os três primeiros são disponibilizados pela TVA. Em entrevista ao Anuário Pay TV 2006 (p.22), a direção da operadora afirma que a programação adulta é um dos destaques nas vendas do *pay per-view*.

<sup>120</sup> Entre suas estratégias de marketing, o canal *For Man* patrocinou a parada gay de São Paulo, considerada a maior do mundo. Foi a única empresa de mídia a apostar neste espaço de divulgação.

Também o Grupo Viacom disponibilizou para os assinantes da Sky o canal Logo TV, um canal de variedades em *pay-per-view*, de conteúdo internacional, com seriados e *reality shows* voltado para o público formado por Gays, Lésbicas e Simpatizantes (GLS).

Embora em geral não sejam computados nos estudos sobre gêneros e formatos, consideramos os canais eróticos como entretenimento, um entretenimento que tem uma produção audiovisual nacional entre 30 e 40%, mas que até hoje não foi levada em consideração. Neste cômputo estão o recente For Man, com 40% de programação nacional, o Sexy Hot (1997), de sexo explícito, também distribuído pela Globosat, com 30%; o Sexy TV, de Curitiba, no ar desde 1998, com 30% de produção nacional e o Canal Adulto (1997), com 30% de produção nacional, distribuído por satélite.

### 5.3 PRODUÇÃO NACIONAL DOS CANAIS ERÓTICOS

Canal	Produção Nacional (percentual)	Ano de Início das Atividades e país de origem
Playboy TV	0%	n.d./Argentina
Private Gold	0%	n.d./Argentina
G Channell	0%	n.d./n.d.
Canal Adulto	30%	1997 / Brasil
Sex Hot	30%	1997 / Brasil
Sexy TV	30%	1998 / Brasil
For Man	40%	2005/ Brasil
Logo TV	0%	2005 / n.d.
Vênus XXL	0%	n.d./ Argentina

Quadro 19 – capítulo TVs por Assinaturas

Com relação aos canais que já existiam antes de 2005, dos 129 canais disponíveis – sem contar os independentes e locais – 34 oferecem algum tipo de programação nacional, com é o caso do Cartum Network que exhibe 10% de produção brasileira, com desenhos da *Turma da Mônica* e do *Cartum Netiurque*, como pode ser observado na tabela abaixo:

## 5.4 PRODUÇÃO NACIONAL NAS TVAS

Canal	Origem	% de produção nacional	Categoria/gênero
1.Canal Brasil (Net)	Nacional	100%	Diversos formatos de programas de entretenimento
2. Cine Brasil TV (TVA)	Nacional	100%	Diversos formatos de programas de entretenimento
3.Shop Tour TV	Nacional	100%	Tele-vendas com programas de entretenimento
4..Shoptime	Nacional	100%	Tele-vendas com programas de entretenimento
5.TV Clima Tempo	Nacional	100%	Especializado em meteorologia
6.TV Justiça	Nacional	100%	Especializado em questões judiciais/ voltado para cidadania
7.TV Senado	Nacional	99%	Apresenta, além de informes do Senado, formatos de variedades, como programas de música e documentários
9.TV Câmara	Nacional	100%	Apresenta, além dos informes da Câmara, formatos de variedades com programas musicais e documentários.
10.TV Ra Tim Bum	Nacional	100%	Especializado em programas infantis
11.Canal Rural (RBS TV/Net)	Nacional	100%	Especializado em agronegócios, apresenta programa musical regional
12.Terra Viva (Bandeirantes/Net-SKY)	Nacional	90%	Especializado em agronegócios
13.Première Rural (Globosat)	Nacional	100%	Especializado em leilões e agronegócio
14.Amazonasat	Nacional	100%	Especializado em meio ambiente e programas de entretenimento
15 e 16.Sport TV 1 e 2	Nacional	90%	Especializado em Jornalismo Esportivo
17.ESPN Brasil	Versão brasileira de canal internacional	90%	Especializado em Jornalismo Esportivo
18.Band Sports	Nacional	90%	Especializado em Jornalismo Esportivo
19.STV – Rede SescSenac de TV	Nacional	90%	Apresenta programas de entretenimento e educativos-culturais
20.Canal AD Autodesenvolvimento	Nacional	99%	Especializado em educação à distância
21.Canal Futura	Nacional	77%	Especializado em programas educativos e de entretenimento com ênfase na educação
22.Globo News	Nacional	100%	Especializado em programas jornalísticos de informação e opinião
23.Bandnews	Nacional	70%	Especializado em programas jornalísticos de informação e opinião
24.TV da Gente	Nacional	n.d.	Entretenimento com ênfase em questões étnicas
25.MTV Brasil	Versão brasileira de canal internacional	90%	Especializado em música com programas de entretenimento
26.X- Virtual TV	Nacional	90%	Especializado em turismo com programas de entretenimento
27.Multishow	Nacional	45%	Canal com diferentes programas de entretenimento
28.GNT	Nacional	52%	Canal com diferentes programas de entretenimento
29.Sextime	Nacional	30%	Especializado em programas eróticos e de sexo explícito
30.Sexy Hot	Nacional	30%	Especializado em programas eróticos e de sexo explícito
30.For Man	Nacional	40%	Especializado em programas eróticos e de sexo explícito
31.Blomberg Television	Versão brasileira de canal internacional	50%	Especializado em jornalismo econômico
32.People + Arts	Canal Internacional	10% (algumas vezes ao ano) <sup>121</sup>	Canal com programas de entretenimento
33.A&E	Canal Internacional	30%	Canal com programas de entretenimento
34.Cartoon Network	Canal Internacional	10% <sup>122</sup>	Especializado em programas infantis

Quadro 20 – capítulo TVs por Assinatura

<sup>121</sup> Em 2005, a emissora exibiu a versão brasileira do *reality show O Aprendiz*.

<sup>122</sup> Apresentam na programação do ano desenhos animados da *Turma da Mônica* e mais recentemente, do *Cartun Netuorque*.

Obs: os canais Nicklodeon, Jetix e Disney Channel informaram ao Anuário Pay TV 2006, no qual nos baseamos para construir esta tabela, que possuem 10% de programação nacional, mas não consta em nossos arquivos que produzam, co-produzam ou exibam esta linha de produtos audiovisuais brasileiros.

Ou seja, dos 34 canais que aparecem no quadro acima e que apresentam algum tipo de produção nacional, 28 são brasileiros, 03 são versões brasileiras de canais internacionais (MTV, Blomberg e ESPN) e apenas 03 são internacionais com algum tipo de programa nacional. Isso significa que 82,3% da produção audiovisual brasileira é apresentada em canais nacionais; 9,0% é apresentada em canais internacionais que possuem versão brasileira e outros 9,0% da produção é emitida em canais internacionais.

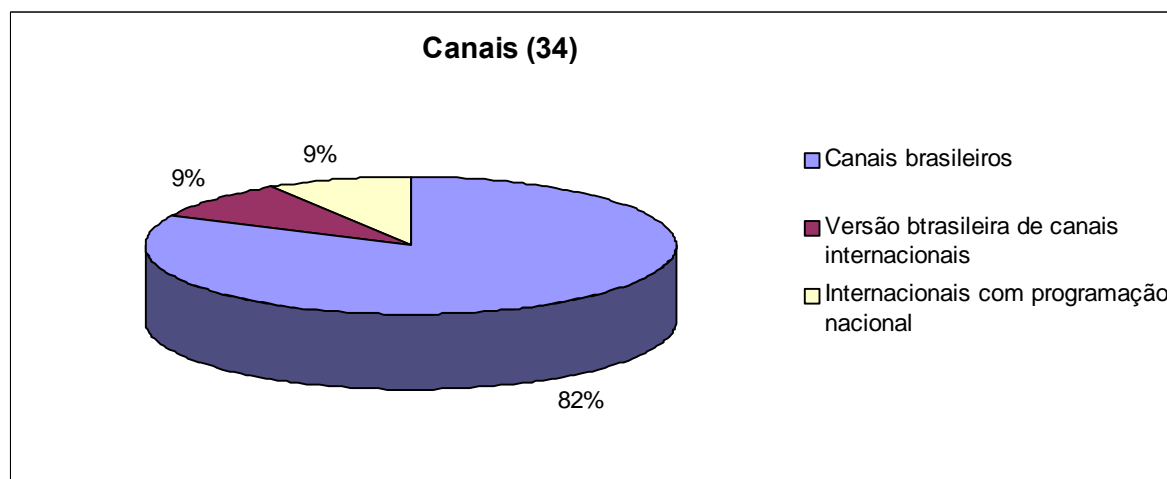


Gráfico 7: Capítulo TVs por Assinatura

A categoria Entretenimento e seus diferentes formatos, âmbito do estudo desta pesquisa, em relação as TVs por assinatura, podem ser analisadas, a partir de quatro situações :

- na primeira variável computamos os 34 canais relacionados no Quadro 1 deste capítulo e encontraremos apenas 13 - entre os canais brasileiros, as versões brasileiras de canais internacionais ou os canais internacionais - com algum tipo de programação audiovisual de entretenimento produzida no Brasil. Isso representa 38% da programação total desses 34 canais;
- na segunda simulação, usamos como variável os canais brasileiros e as versões brasileiras de canais internacionais, ou seja 10 emissoras. A produção nacional entre os canais pesquisados cai para 32% ;
- na terceira situação, a diferença é escandalosa. Se usarmos como variável o total de canais disponíveis a cabo e por satélite 129<sup>123</sup> – sem contar os canais independentes que não aparecem no levantamento realizado pelo Anuário Pay TV 2006 – e analisarmos com as emissoras que tenham algum tipo de programação nacional de entretenimento observaremos que, em 2005, havia somente 10% de produção audiovisual nacional sendo exibida entre os canais por assinatura brasileiros, entre as versões brasileiras de canais internacionais ou mesmo entre os canais internacionais;
- finalmente, uma quarta simulação possível é o cruzamento do total do total de TVs por assinatura disponíveis – 129 – com os canais nacionais ou as versões brasileiras de canais internacionais que apresentam produção nacional. A proporção da

---

<sup>123</sup> Neste cálculo estão inseridos os cinco canais da Rede Telecine, dois da Sport TV, dois do Cinemax, cinco da HBO e três do canal MGM e o Canal de tele-vendas Shop Tour Tv, o pioneiro no ramo no Brasil., que no Anuário Pay TV 2006 aparece apenas como TV aberta.

produção audiovisual brasileira na categoria entretenimento baixa para escassos 7,7%.

## Simulações

Situações	Tipo de TVs por Assinatura	% de produção nacional
<b>1ª simulação</b>		
34 canais	13 - entre os canais brasileiros, as versões brasileiras de canais internacionais ou os canais internacionais	38%
<b>2ª simulação</b>		
31 canais	10 - canais brasileiros ou versões brasileiras de canais internacionais	32%
<b>3ª simulação</b>		
129 canais (total das TVAs disponíveis, sem contar as TVAs independentes)	13 - entre os canais brasileiros, as versões brasileiras de canais internacionais ou os canais internacionais	10%
<b>4ª simulação</b>		
129 canais (total das TVAs disponíveis, sem contar as TVAs independentes)	10 - canais brasileiros ou versões brasileiras de canais internacionais	7,7%

Quadro 21 – capítulo TVs por Assinatura

## 5.5 SOBRE A EXIBIÇÃO DE FILMES NACIONAIS

No que diz respeito à exibição de filmes brasileiros, de ficção ou documentários, longas e curtas-metragens nas TVs por assinatura, o estudo a seguir baseou-se no material publicado durante quatro meses na Revista Monet, publicação da Net Serviços, que chega a 60% do mercado de TVs por assinaturas.

Quando se trata de exibição de filmes nacionais, curtas ou longas-metragens, de ficção ou documentários, a exibição está concentrada no Canal Brasil, restrito aos assinantes da Net do pacote Premium. Durante a análise qualitativa de quatro meses de 2005 (janeiro/fevereiro

– novembro/dezembro), que representa 1/3 da programação anual, estudamos o número de longas –metragens exibidos em todos os canais da Net.

Dentre os canais da Net foram exibidos nos meses de janeiro-fevereiro e novembro - dezembro um total de 6.053 filmes, mas apenas 442 eram películas brasileiras.

Desse baixo número de exibições, 396 eram longas brasileiros destinados ao público adulto, 10 eram longas destinados ao público infanto-juvenil e 36 eram documentários. Ou seja, do total de filmes exibidos somente 7,3% foi destinado ao audiovisual cinematográfico brasileiro, seja em filmes voltados para o público adulto, para o público infanto-juvenil ou documentários.

Se compararmos o total de filmes do período estudado – 6.053 – com os filmes brasileiros exibidos nesses quatro meses - 396 - veremos que estes números representam apenas 6,5% do total de filmes disponibilizados aos assinantes.

Se compararmos o total de filmes do período estudado – 6.053 – com a quantidade de filmes brasileiros dedicados ao público infanto-juvenil exibidos em quatro meses - 10 - veremos que a proporção é quase inexistente: 0,16%.

Se a comparação for feita em relação ao número de documentários brasileiros exibidos em quatro meses - 36 - e o total de filmes exibidos nesse período – 396 , é possível perceber que o percentual também é irrisório: 0,6%.



Mas esta, infelizmente, não é uma situação diferente do que ocorre nas TVs abertas em todo país, como comprova a pesquisa realizada por Andrade e Reimão, em 2005<sup>124</sup>.

Andrade e Reimão descobriram outros dados que, junto ao que estamos realizando nesta pesquisa, comprovam a urgência de uma reflexão profunda sobre o espaço dado à produção audiovisual brasileira nas TVs abertas e por assinatura. Ambos estudos revelam a premência de uma lei geral de comunicação eletrônica que garanta espaço não apenas para a produção de produtos audiovisuais brasileiros, mas também garanta sua visibilidade nas TVs abertas e por assinatura.

O trabalho realizado entre 1980 e 2000 percorreu 21 anos das produções cinematográficas brasileiras apresentadas nas TVs abertas. Nesse período foram exibidas 680 produções cinematográficas nacionais. Se levarmos em conta as reprises destes filmes de longa-metragem, houve um total de 1957 transmissões. Parece muito, mas em 21 anos, revela a pesquisa, a inserção de filmes brasileiros não passou da casa das 140 exibições por ano.

O livro, *Dicionário de filmes brasileiros*, de Antonio Leão da Silva Neto (Apud ANDRADE, REIMÃO, 2005) indica que entre 1908 e 2002 foram produzidos 3.415 filmes de longa metragem (acima de 60 minutos) no Brasil. Os dois autores lembram que se um cinéfilo se dispusesse a conhecer o cinema brasileiro contando apenas com o auxílio das transmissões televisivas, mesmo que ele tivesse, durante 20 anos, assistido a todas essas transmissões, esse cinéfilo teria tido acesso a apenas cerca de 1/5, ou 20%, da produção cinematográfica nacional. Ou seja, não é por falta de material que as TVs abertas e por assinatura deixam de

---

<sup>124</sup> A pesquisa baseou-se em coluna sobre TV do “Jornal da Tarde” (SP).

divulgar a produção audiovisual cinematográfica nacional e sim por falta de uma política que priorize a produção nacional.

O trabalho de Andrade e Reimão comprova que a produção cinematográfica nacional é rara nas telas da televisão aberta brasileira, fato que se repete através deste estudo qualitativo de quatro meses do ano de 2005 nas TVs por assinaturas.

Nas redes televisivas abertas o ano em que mais se transmitiu filme brasileiro em 20 anos foi 1983, período em que foram exibidas 137 produções nacionais (contando as reprises). Se comparado com o total de filmes estrangeiros transmitidos (cerca de 3 mil) esse número representa menos de um filme brasileiro a cada dois (02) dias. Em alguns períodos, o número de exibições é irrisório, como ocorreu em 1989 quando apenas 49 filmes nacionais foram exibidos, chegando ao escandaloso índice de menos de 01 filme por semana.

### **Filmes Brasileiros Disponibilizados nos canais da Net nos meses de janeiro e fevereiro, novembro e dezembro/2005**

Mês – Ano Total de Filmes Exibidos	Tipo de Filme	Quantidade	% com relação ao total de filmes exibidos
Janeiro – 2005 TF: 1424	Longa Ficção Longa Document. Longa Infantil	LF – 95 LD – 15 LI - 03	LF: 6,6% LD: 1% LI: 0,2%
Fevereiro – 2005 TF: 1365	Longa Ficção Longa Document. Longa Infantil	LF – 90 LD – 15 LI - 02	LF: 6,5% LD: 1% LI: 0,1%
Novembro – 2005 TF: 1636	Longa Ficção Longa Document. Longa Infantil	LF – 124 LD – 06 LI - 03	LF: 7,5% LD: 0,3% LI: 0,1%
Dezembro – 2005 TF: 1628	Longa Ficção Longa Document. Longa Infantil	LF – 87 LD – 10 LI - 02	LF: 5,3% LD: 0,6% LI: 0,1%
Total de Filmes Exibidos nos canais da Net em 04 meses: 6.053		Total de Filmes Brasileiros exibidos nos canais da Net em 04 meses: 452	% de Filmes Brasileiros Exibidos em 04 meses: 7,4%

Quadro 22 – capítulo TVs por Assinatura

## 5.6 PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO

Em termos de programas voltados para o entretenimento, objeto de estudo desta pesquisa no que diz respeito à programação nacional, estudamos quatro meses da grade de programação do Canal Brasil (Net) que, a exemplo do CineBrasil TV (da TVA), apresenta 100% de programação nacional. A escolha do Canal Brasil deu-se pela Net possuir 60% dos assinantes de TV por assinatura.

A escolha da categoria entretenimento foi não casual. O Brasil encontra-se no segundo lugar mundial na produção de produtos culturais ficcionais, particularmente a telenovela, perdendo apenas para os EUA. No horário nobre há uma média de 85% de produtos brasileiros enquanto os EUA tem 100% de produção nacional neste horário (Apud REIMÃO, 2000:11). Algo que ocorre também em outros países, embora não em tão alto grau, como mostra estudo realizado pelo Laboratório Europeu de Ficção (2002) : nos cinco maiores países do velho continente, o horário nobre é doméstico e os demais são predominantemente preenchidos com programas norte-americanos (BUONANNO, 2004).

Os programas da categoria entretenimento foram os escolhidos para este estudo porque são os que apresentam maior índice de audiência no país, basta observar as audiências das telenovelas, de *reality shows* como *Big Brother Brasil (BBB)* que já se encontra na sexta edição, de programas de auditórios (*talk shows*), como o programa do Ratinho, do Faustão ou um *late show* como o *Programa do Jô*. Acreditamos que a categoria entretenimento é a maneira que as indústrias culturais encontraram para reorganizar as identidades coletivas e as formas de diferenciação simbólica. Isso ocorre ao produzirem e darem visibilidade a formatos

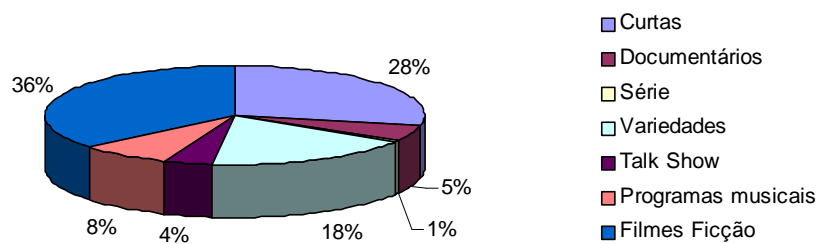
cada vez mais híbridos, que misturam ficção e realidade, fragilizam as demarcações entre culto e popular, o tradicional e o moderno, o próprio e o alheio.

Nesta pesquisa, a **categoria entretenimento** foi dividida em:

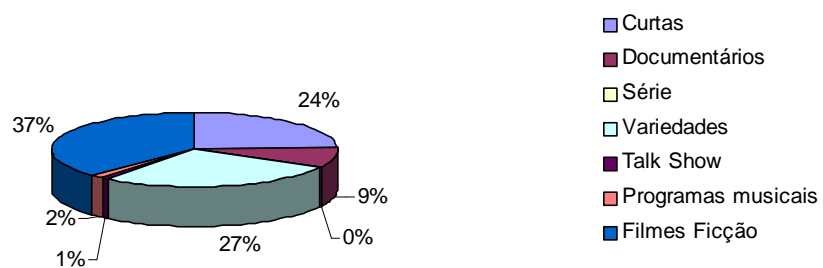
- os programas de auditório (também chamados *talk shows*);
- os *reality shows*;
- as telenovelas;
- os filmes (ficção e documentários) produzidos para TV;
- os filmes (ficção e documentários) produzidos para o cinema e mostrados na televisão;
- seriados;
- séries;
- os programas infantis;
- os desenhos animados nacionais;
- os *clips*;
- os programas musicais
- os programas de debates que não tenham caráter jornalístico (sobre cinema, por exemplo).
- Humorísticos, que estão inseridos entre os programas de variedades

Como pode ser observado nas figuras abaixo, o Canal Brasil apresenta, dentro da categoria entretenimento, programas de variedades, programas de e sobre música, documentários, filmes de ficção, curtas-metragens, séries nacionais e programas de auditório (*talk-shows*).

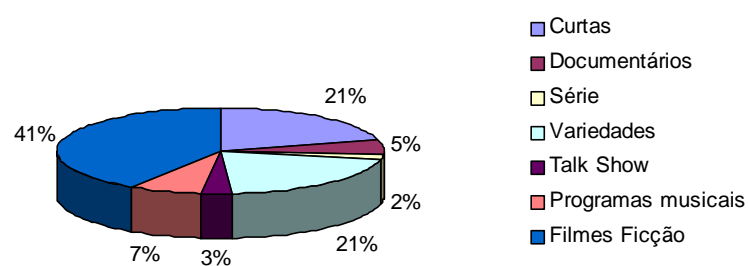
### Janeiro



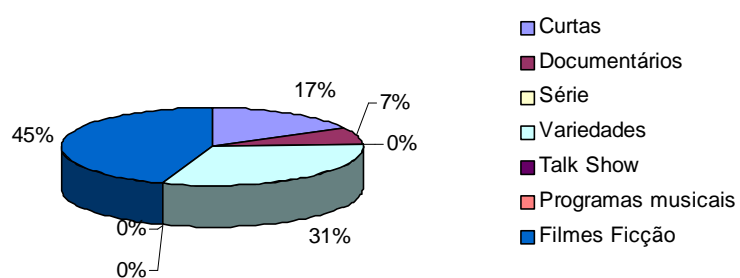
### Fevereiro



### Novembro



### Dezembro



Os filmes de ficção e os curtas-metragens são destaque na programação do Canal Brasil no mês de janeiro de 2005 com 36% e 28% da programação, respectivamente. Em terceiro lugar ficaram os programas de variedades ocupando 18% da grade.

Em fevereiro, a posição entre produção de variedades e de curtas-metragens se inverte, embora os filmes de ficção sigam em primeiro lugar na grade, com 37%. Os programas dedicados a variedade representaram 27%, enquanto 24% da programação foi dedicada a curtas-metragens.

Próximo ao final do ano, em novembro de 2005, os filmes de ficção continuaram ampliando espaço (41%), enquanto os documentários não passam de 5% da grade. Os curtas-metragens e os programas de variedades empatam em quantidade de produção exibida: 21%. Já os programas de e sobre música<sup>125</sup> tem 7% da programação.

No mês de dezembro, em geral atípico por apresentar programação especial de Natal e final de ano, 45% foi dedicada filmes de ficção, 31% a programas de variedades, seguido de

---

<sup>125</sup> Utilizamos esta expressão para tratar de programas que falem sobre música e também espetáculos musicais.

17% de espaço dedicado a curtas-metragens e 7% de documentários. Este foi o índice mais alto de exibição de documentários entre os quatro meses analisados.

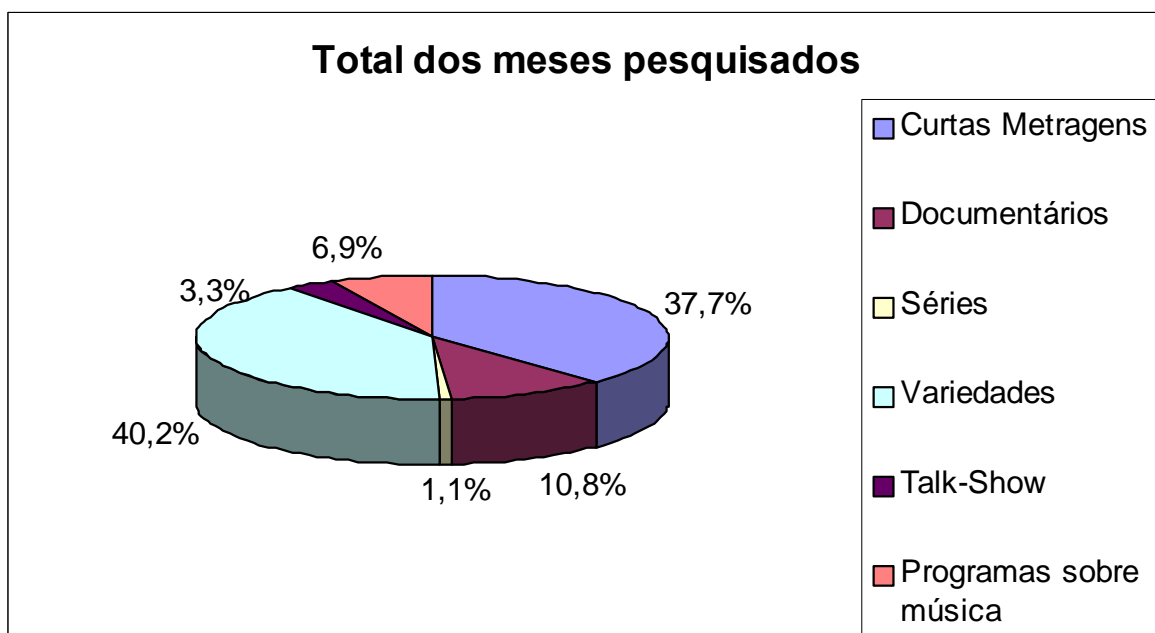


Gráfico 8

## 5.7 VARIÁVEL: FILMES NACIONAIS E REPETIÇÕES

As emissoras de TV por assinatura costumam preencher às 24 horas da grade com programas repetidos, também chamados de horários alternativos. Isso ocorre tanto em TVs comerciais, como a TV COM (do grupo RBS, no Rio Grande do Sul), como nos canais educativos. Também acontece diariamente nos programas de rádio AM ou FM onde principalmente os comentários de especialistas de diferentes áreas são repetidos, “inchando” uma grade de programação que não completaria 24 horas. No caso deste estudo - o Canal Brasil da Net - se tomamos como variável a exibição de filmes nacionais e suas repetições no decorrer de um mês, teremos outros padrões de análise da emissora que possui programação 100% nacional.

Em janeiro de 2005 foram exibidos um total de 244 filmes, sendo que destes 155 inéditos e 89 repetições. Ou seja, sobre o total da programação, foram apresentados de 36% de repetições, sendo que um mesmo filme pode ser apresentado mais de duas vezes no mesmo mês.

Quanto aos documentários, em janeiro foram exibidos 42 filmes, sendo 26 inéditos e 16 repetições. Como pode ser observado na figura abaixo, do total de documentários apresentados no primeiro mês de 2005, 62% eram inéditos e 38% repetições.

### Filmes Canal Brasil

Janeiro

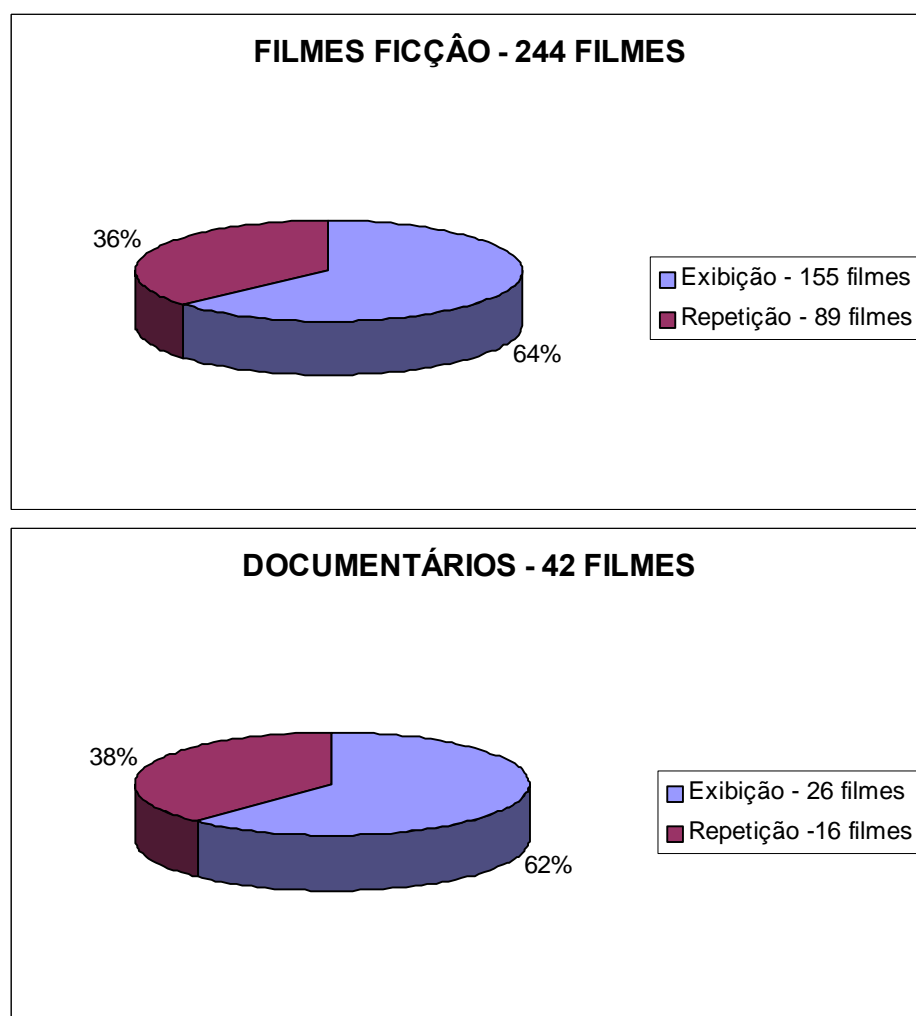


Gráfico 9



No mês de fevereiro repete-se o número de 244 de filmes de ficção nacional exibidos pelo Canal Brasil. Desse total, 141 filmes eram inéditos e 83 foram repetidos. Ou seja, 37% do total das películas apresentadas eram reprises. Quanto aos documentários, em fevereiro o número de exibições diminuiu, mas aumentam as repetições. Dos 19 documentários mostrados no segundo mês do ano, 42% foram reprisados.

### Fevereiro

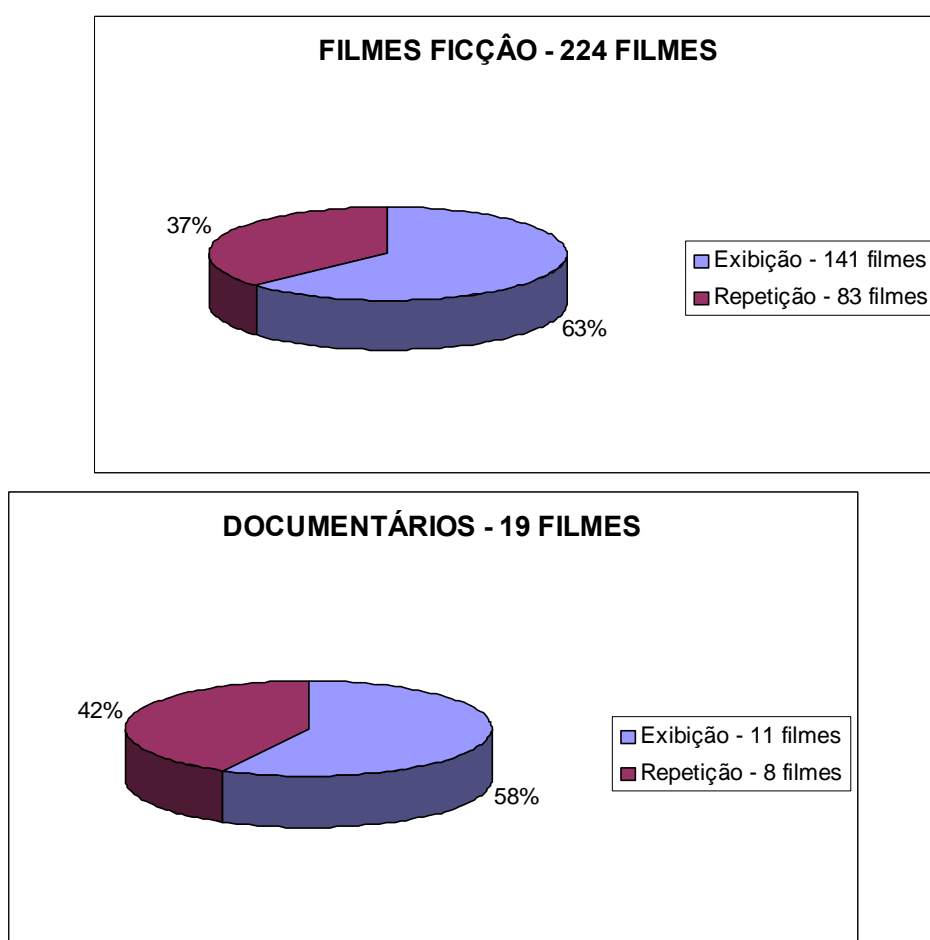


Gráfico 10

No mês de novembro, o número de filmes levados ao ar, entre ficção e documentários apresentou redução. Foram 243 o número total de filmes de ficção, sendo 157 inéditos e 86 repetidos, o que representa 35% do total de filmes de ficção.

Já os documentários tiveram uma queda significativa em relação aos meses de janeiro (42), fevereiro (19) e novembro, apenas 13, sendo quatro (04) repetidos. Ou seja, em novembro, 50% dos documentários foram reprisados no Canal Brasil.

### Novembro

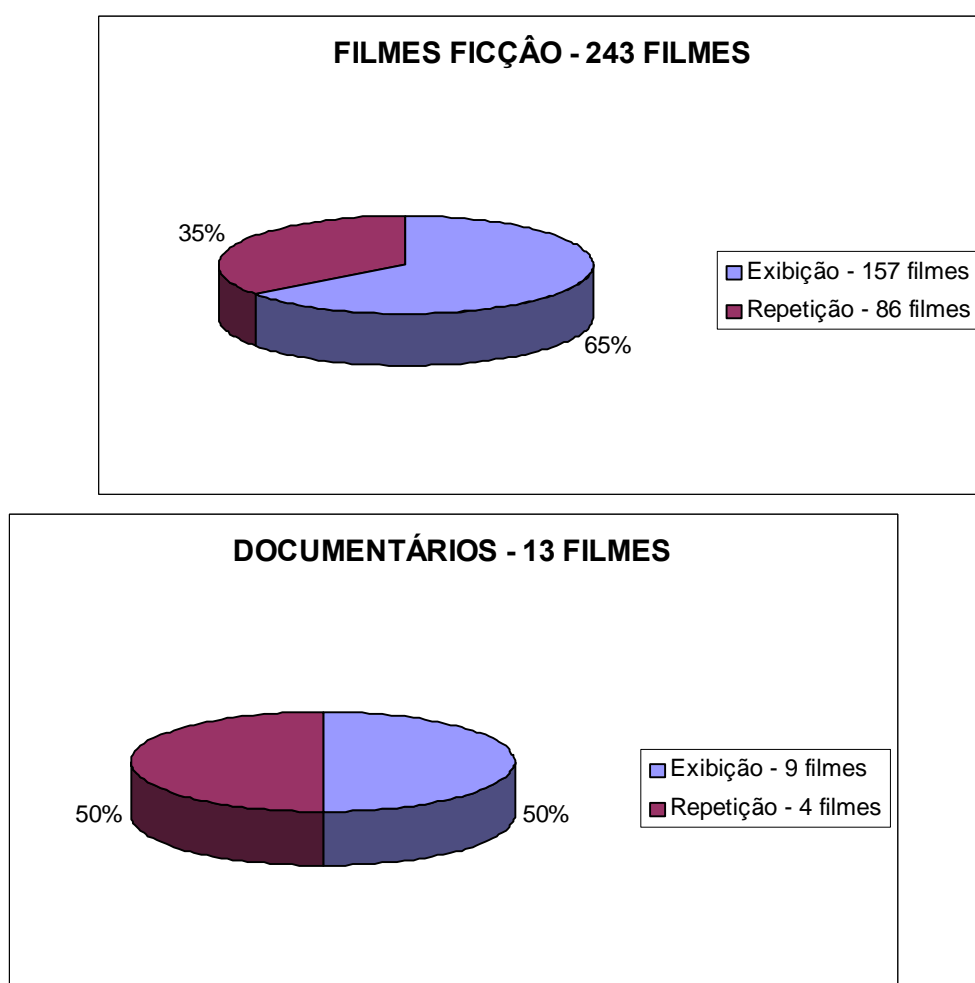


Gráfico 11

Em dezembro de 2005, o número de filmes de ficção e de documentários voltou a crescer. Foram exibidos naquele mês 285 filmes de ficção, sendo 107 repetidos, o que significa um percentual de 38% sobre o total de películas mostradas. Quanto aos documentários, alcançam o número de 19, sendo que nove (09) eram reprises, o que representa 47% sobre o total de documentários apresentados.

### Dezembro

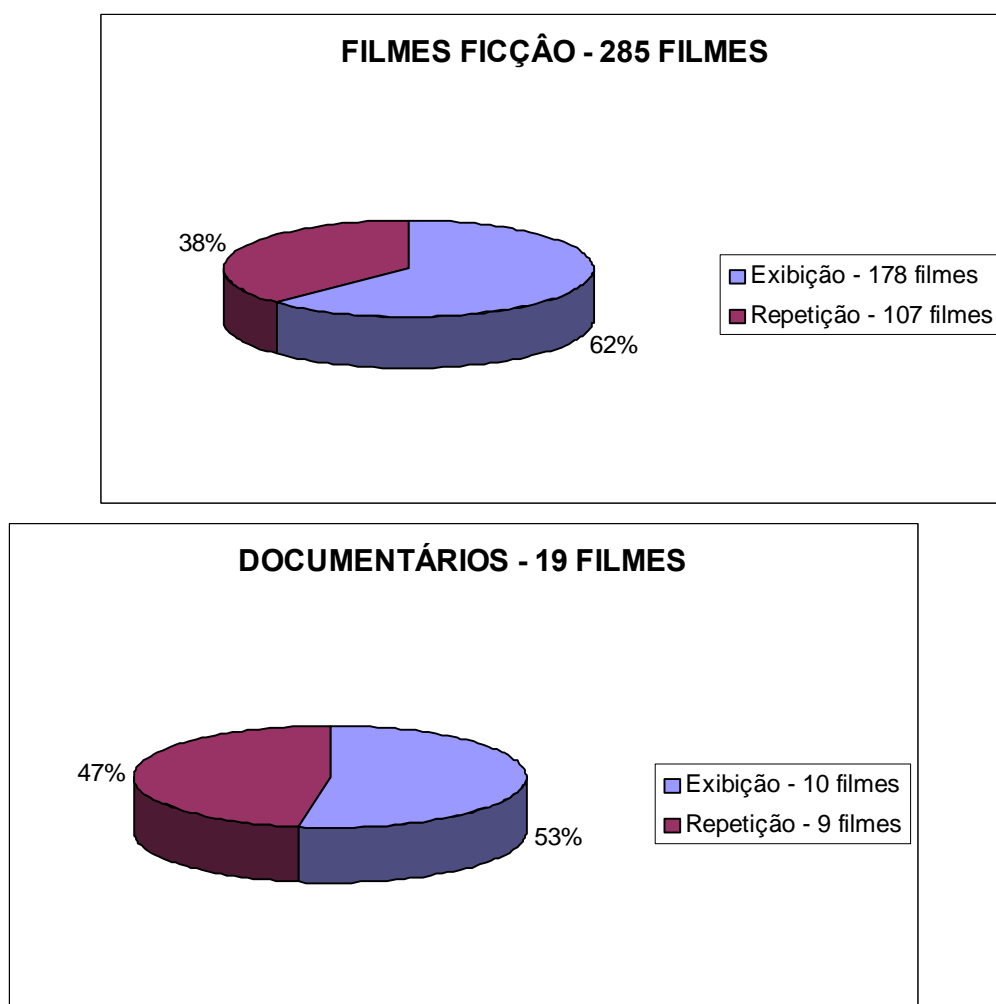


Gráfico 12

Com relação ao total de filmes de ficção e de documentários exibidos nos quatro meses de 2005 estudados neste trabalho, observamos a quantidade de filmes repetidos no período,

como mostra a figura abaixo. Dos 996 filmes de ficção levados ao ar, 365 foram repetidos ao longo dos quatro meses. Ou seja, sobre o total de filmes mostrados, 37% foram reprisados.

O número total de documentários mostrados durante os quatro meses não alcançou a casa dos 100. Foram 93 documentários exibidos, sendo 37 repetições; isto é, 40% do total de documentários apresentados no período.

### Total de Filmes

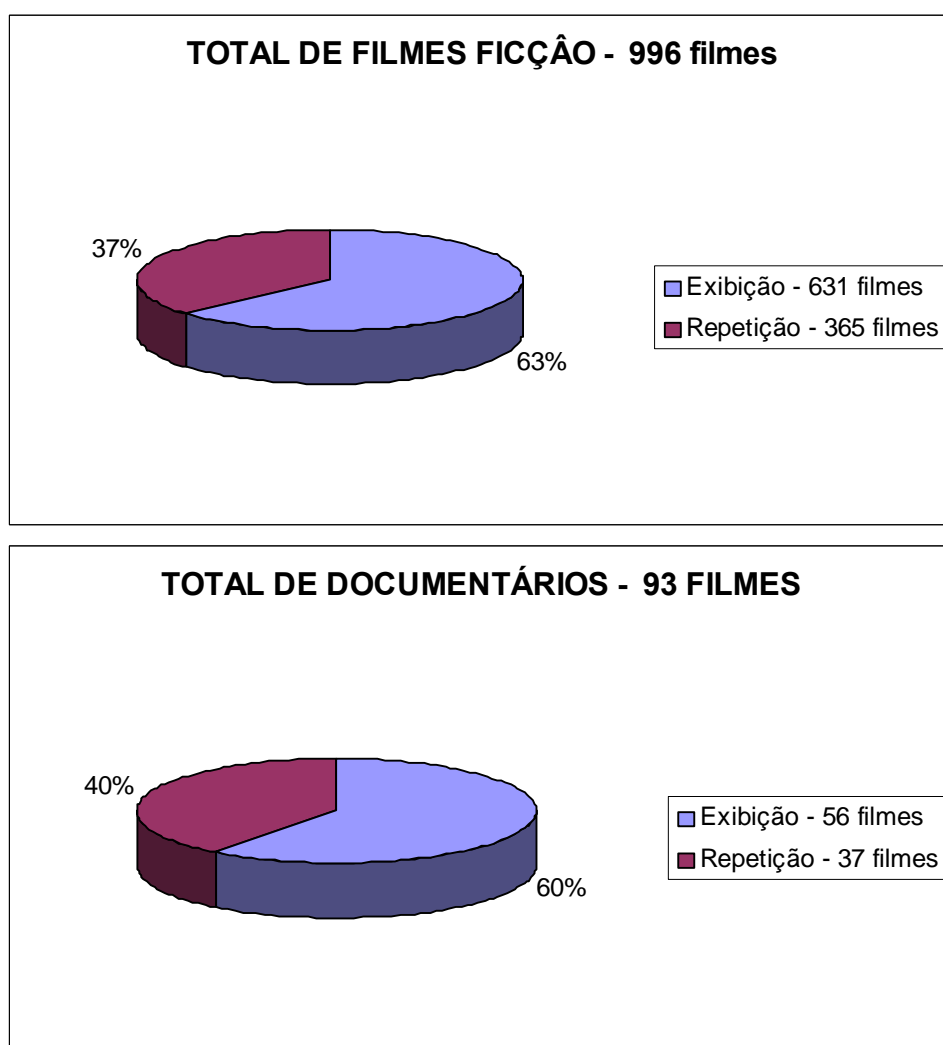


Gráfico 13

Também estudamos qualitativamente o canal brasileiro Multishow, que pertence a Globosat e pode ser assistido na Net. Esta emissora apresenta programação mista, e emite 45% de programação nacional mensalmente. O estudo, a exemplo do que aconteceu com o Canal Brasil, foi realizado a partir da análise de programação dos meses de janeiro-fevereiro e novembro –dezembro publicados na Revista Monet.

Com um total de 482 programas brasileiros exibidos no mês de janeiro, observa-se que a ênfase da emissora são os programas de variedades – o que se repete nos quatro meses estudados. Em janeiro, foram mostrados 148 programas de variedades, ou seja, 31% do total da programação, seguido de *reality shows*, como *Big Brother Brasil*, com 13%, programas de e sobre música, com 13% e *cpls* musicais, com 10%. Se computarmos os dois últimos como formatos musicais, teremos 26% do total da programação nacional, isto é 112 programas.

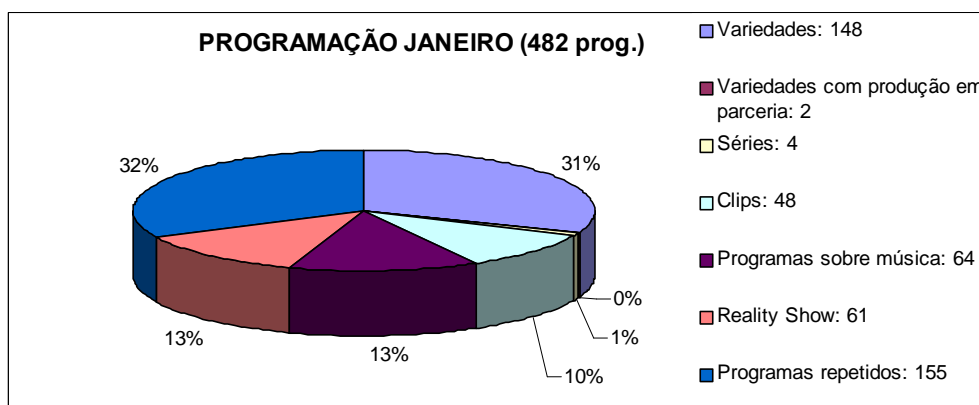
No entanto, o número de programas nacionais repetidos é maior que o percentual de programas de variedades levados ao ar : 155 programas (de diferentes formatos), o que representa 32% do total da programação nacional de janeiro.

No mês de fevereiro, o número total de produções nacionais cai para 426, sendo que a apresentação de programas de variedades (96) e de apresentação de *reality shows* (94) apresenta-se equilibrado, com um percentual de 30% e 22% respectivamente. Os dois formatos musicais, *clips* (48) e programas de e sobre música (54) juntos, chegam a 26% da programação.

Quanto aos programas repetidos (130) quase alcançam o número de programas inéditos de variedades (155), chegando ao percentual de 30% sobre o total da programação nacional.

## Multishow

### Janeiro



### Fevereiro

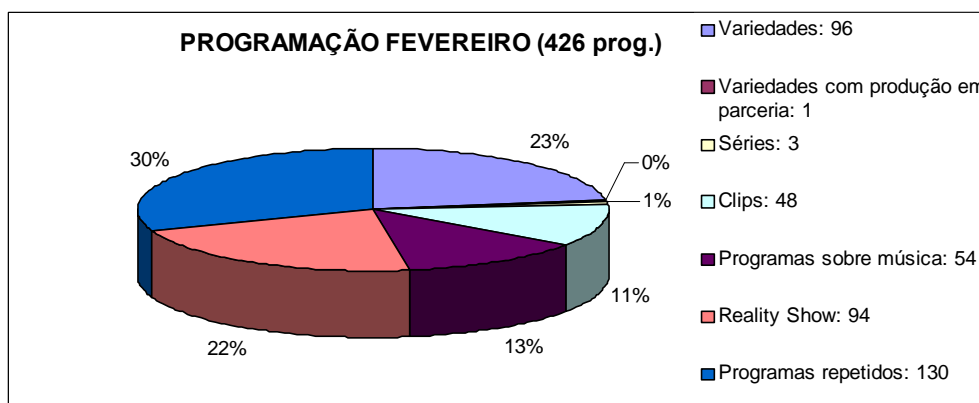


Gráfico 14

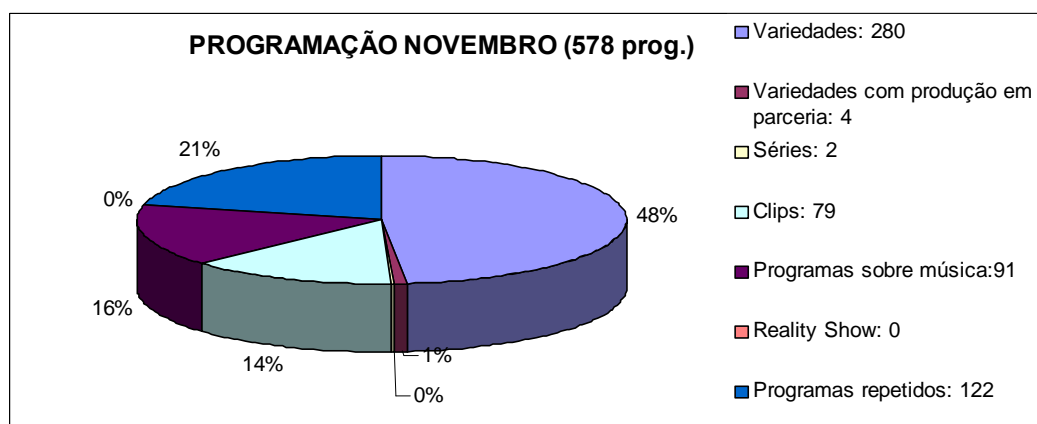
No mês de novembro o número de programas brasileiros no canal Multishow chegou a 578, sendo que os programas de variedades (280) dominaram a programação com 48% do total da grade nacional. Os programas de e sobre música (91) aparecem em segundo lugar, com 16% da programação e os *clips* musicais (79) aparecem em terceiro lugar, com 14% da grade. Mas se contarmos juntos os dois formatos musicais teremos 36% da programação dedicada à música brasileira em novembro.

Quanto às reprises (186), seguem competindo com os programas de variedades no mês (184), chegando a representar 30% da programação nacional.

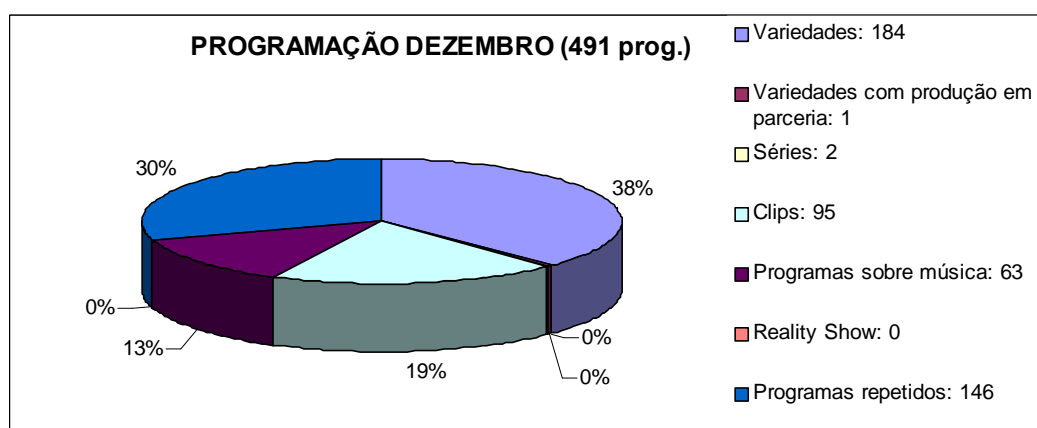
Nos quatro meses estudados o formato que mais espaço teve no canal Multishow foram os programas de variedades. No entanto, houve uma queda entre o número de programas nacionais levados ao ar no mês de novembro (578) e no mês de dezembro (491). Ou seja, deixaram de ser exibidos 87 programas de variedades com relação a novembro.

No mês de dezembro de 2005, dos 491 programas nacionais exibidos 184 foram programas de variedades, representando 38% da grade de produtos nacionais. Em segundo e terceiro lugar ficaram os formatos musicais, sendo que os *clips* tiveram 19% da programação e os programas de e sobre música ocuparam 13% da grade nacional. Se computados juntos, os formatos nacionais alcançam o percentual de 32% da programação. Um índice muito similar ao dos programas repetidos (146), que chegou a 32%.

### Novembro



### Dezembro



- A variável que mais repete é o formato variedades.

Gráfico 15

## 5.8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do estudo qualitativo realizado pudemos observar que:

- Há muito espaço a ser ocupado na grade de programação das TVs por assinatura no que diz respeito a produtos audiovisuais nacionais, sejam voltados para televisão ou para o mercado cinematográfico;



- A existência de apenas um canal nacional com 100% da programação brasileira nas franqueadoras, como ocorre com o Canal Brasil, na NET, não é suficiente para suprir as demandas da produção nacional que ainda não possuem espaço suficiente de divulgação;
- É necessário incentivar a co-produção de diferentes produtos de entretenimento, como vem ocorrendo, ainda que timidamente, com emissoras internacionais, como HBO ou Fox;
- O barateamento do preço das assinaturas ajudaria a aumentar o número de assinantes, a aumentar a publicidade e as possibilidades de investimento na produção nacional;
- A formalização da nova lei geral de comunicação eletrônica deve contemplar o incentivo a produção audiovisual para TV e para o cinema, sendo este último veiculado nas TVs abertas e por assinatura;
- A nova lei deve garantir horários fixos nas grades de programação, inclusive nos canais internacionais, incentivando a nacionalização da produção e, por consequência, o aumento do mercado de trabalho do setor audiovisual;
- A programação deve ser pensada de acordo com as novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's), dando ênfase a digitalização dos conteúdos e a convergência tecnológica;

- Finalmente, o incentivo ao desenvolvimento de uma indústria nacional de conteúdos deve ser planejada para todos os tipos de TVs, abertas ou por assinatura, comerciais ou não, analógica ou digitais, abrindo espaço para o intercâmbio regional dessa produção.

## POR ORDEM ALFABÉTICA»»»»»

A&E.....	31	Multipremier.....	57
Agro Canal.....	78	Multishow.....	76
Amazon Sat.....	61	National Geographic.....	35
Animal Planet.....	32	NHK World Premium.....	48
Animax.....	25	Nickelodeon.....	29
Arirang.....	45	NSC.....	43
ART Latino.....	46	People+Arts.....	35
AXN.....	50	Playboy TV.....	39
BandNews.....	62	Premiere Combate.....	43
Bandsports.....	41	Premiere Esportes.....	44
BBC World.....	62	Premiere Rural.....	44
Bloomberg Television.....	63	Private Gold.....	39
Boomerang.....	25	RAI International.....	48
Canal Adulto.....	38	RBN.....	78
Canal Autodesenvolvimento.....	36	Rede 21.....	78
Canal Brasil.....	50	Rede Bandeirantes.....	78
Canal de São Paulo.....	78	Rede Gazeta.....	78
Canal do Boi.....	78	Rede Globo.....	78
Canal Fox.....	53	Rede Mulher.....	78
Canal Futura.....	37	Rede Record.....	78
Canal Rural.....	24	Rede TV!.....	78
Cartoon Network.....	26	Rede Vida.....	78
CineBrasil TV.....	52	Retro.....	58
Cinemax e Cinemax e*.....	52	SBT.....	78
CNN en Español.....	63	Sexy Hot.....	40
CNN International.....	64	Sexy TV.....	40
CNT.....	78	Shop Tour TV.....	78
Discovery Channel.....	32	Shoptime.com.....	69
Discovery Civilization.....	34	Sony.....	58
Discovery Home & Health.....	70	SoundTrack Channel.....	67
Discovery Kids.....	26	SporTV e SporTV 2.....	45
Discovery Science.....	34	STV.....	37
Discovery Travel & Living.....	70	TCM Classic Hollywood.....	59
Discovery Turbo.....	71	Telecine.....	59
Disney Channel.....	28	Terra Viva.....	24
E! Entertainment Television.....	73	The History Channel.....	36
ESPN Brasil.....	42	TNT.....	60
ESPN Int.....	42	TV Adsat Novo Tempo.....	78
Eurochannel.....	53	TV Câmara.....	30
Fashion TV.....	71	TV Canção Nova.....	78
Film&Arts.....	73	TV Climatempo.....	65
For Man.....	38	TV Cultura.....	78
Fox News.....	64	TV da Gente.....	77
FX.....	54	TV Escola.....	78
German TV.....	46	TV Gênese.....	78
Globo News.....	65	TV Justiça.....	30
GNT.....	74	TV Millenium.....	78
Hallmark Channel.....	54	TV Rá Tim Bum.....	29
HBO e HBO e*.....	55	TV Século 21.....	78
HBO Family e HBO Family e*.....	55	TV Senado.....	31
HBO Plus e HBO Plus e*.....	56	TV5.....	49
Infinito.....	74	TVE Brasil.....	78
Jetix.....	28	TVE Internacional.....	49
Leonardo World.....	76	Universal Channel.....	60
Logo TV.....	72	Venus.....	41
Max Prime e Max Prime e*.....	56	VH1 Soul.....	68
MGM.....	57	VH1.....	68
MTV Brasil.....	66	Video Itália.....	69
MTV Hits.....	66	Warner Channel.....	61
MuchMusic.....	67	X-Virtual TV.....	72

Gráfico 16: Tabela de TVs por Assinatura da Revista Pay TV - dez/2005

**Relatório de Pesquisa**  
**CPqD 2006**  
**Fundação Padre Urbano Thiesen**

**CARTOGRAFIA AUDIOVISUAL BRASILEIRA**  
**DE 2005**  
um estudo quali-quantitativo de TV e cinema

**Coordenadora**  
**Prof. Dra. Cosette Castro**

## **GRUPO DE PESQUISA**

**Coordenação Nacional**  
Prof. Dra. Cosette Castro

### **Coordenação e Equipes por Regiões**

#### **Região Sul**

Dra. Cosette Castro

#### **Bolsista**

Paola Madeira

#### **Apoio Técnico**

Carmem Castro

Luiz Carlos Tavares de Sá

#### **Região Sudeste**

Dra. Desirée Rabelo

Dr. José Carlos Aronchi

M. Leonardo Vidigal

M. Patrícia Saldanha

#### **Pesquisadoras Colaboradoras**

Dra. Juçara Brittes

Dra. Regina Mota

#### **Colaboradores de Pós-Graduação**

Breno Lira Gomes

Fábio Campos

#### **Colaboradores de Graduação**

Aldemir Ribeiro

Bruno Favoretto

Cláudio da Luz

Érika Breno

Fábio Fausto

Fabrício Sales

Felipe Procópio  
Ivan Rigota  
Leonardo de Miranda  
Lílian Oliveira  
Luciana Januário  
Luiz Ignacio Gama Filho  
Rafael Di Stefano  
Rafael Moreno  
Ricardo Sollberg

**Região Centro-Oeste**  
Dra. Suzy Santos

**Região Nordeste**  
Dr. César Bolaño  
**Bolsistas**  
Marcos Vinicius Castañeda  
Daniele Azevedo

**Região Norte**  
Dr. Álvaro Benevenuto Jr.  
Dra. Claudia Guerra  
**Colaboradora de Graduação**  
Ana Paula Boelter  
**Apoio Técnico**  
Luciane Schommer

**Fomatação**  
Priscila Evangelista

Agradecimentos:

**São Paulo**

Biblioteca Mário de Andrade em São Paulo, Biblioteca da ECA/USP, Centro Universitário

Nove de Julho/SP (Uninove)

Departamento de Ciências Sociais, Comunicação e Arte (Uninove)

Grupo de Pesquisas em Comunicação e Linguagem Audiovisual

Prof. Allan Kozlakowski

LIS - Laboratórios de Imagem e Som

**Espírito Santo**

Universidade Federal do Espírito Santo (UFES)

**Rio de Janeiro**

Rio Filmes (sra. Germana)

Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-Metragistas do Rio de Janeiro (Diogo  
Dahl)

Secretaria Estadual de Cultura/RJ (Alice Werneck)

**Associações**

ABEPEC

ABTA

ANCINE

ABTTVI

**Rio Grande do Sul**

IECINE/RS

A todas as emissoras de TV do país que colaboraram nesta pesquisa recebendo os  
pesquisadores e/ou respondendo dados por telefone ou e-mail

**Este trabalho é dedicado aos brasileiros que tem na TV sua única fonte de informação e lazer e que passaram em 2005 uma média de 3,5 horas diárias em frente a TV.**



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1.....	63
Quadro 2.....	87
Quadro 3.....	87
Quadro 4.....	96
Quadro 5.....	101
Quadro 6.....	105
Quadro 7.....	108
Quadro 8.....	110
Quadro 9.....	111
Quadro 10.....	120
Quadro 11.....	122
Quadro 12.....	123
Quadro 13.....	124
Quadro 14.....	125
Quadro 15.....	126
Quadro 16.....	128
Quadro 17.....	129
Quadro 18.....	131
Quadro 19.....	146
Quadro 20.....	147
Quadro 21.....	150
Quadro 22.....	153
Quadro 23.....	174

Quadro 24.....	175
Quadro 25.....	177
Quadro 26.....	179
Quadro 27.....	181
Quadro 28.....	182
Quadro 29.....	184
Quadro 30.....	186
Quadro 31.....	188
Quadro 32.....	189
Quadro 33.....	191
Quadro 34.....	192
Quadro 35.....	194
Quadro 36.....	195
Quadro 37.....	197
Quadro 38.....	197
Quadro 39.....	208
Quadro 40.....	210
Quadro 41.....	212
Quadro 42.....	212
Quadro 43.....	214
Quadro 44.....	218
Quadro 45.....	233
Quadro 46.....	234
Quadro 47.....	241
Quadro 48.....	243
Quadro 49.....	255
Quadro 50.....	256

<b>Quadro 51</b> .....	<b>267</b>
<b>Quadro 52</b> .....	<b>276</b>
<b>Quadro 53</b> .....	<b>288</b>
<b>Quadro 54</b> .....	<b>288</b>
<b>Quadro 55</b> .....	<b>289</b>
<b>Quadro 56</b> .....	<b>290</b>
<b>Quadro 57</b> .....	<b>291</b>
<b>Quadro 58</b> .....	<b>298</b>
<b>Quadro 59</b> .....	<b>299</b>
<b>Quadro 60</b> .....	<b>313</b>
<b>Quadro 61</b> .....	<b>321</b>
<b>Quadro 62</b> .....	<b>337</b>
<b>Quadro 63</b> .....	<b>338</b>
<b>Quadro 64</b> .....	<b>340</b>
<b>Quadro 65</b> .....	<b>360</b>
<b>Quadro 66</b> .....	<b>362</b>
<b>Quadro 67</b> .....	<b>365</b>
<b>Quadro 68</b> .....	<b>367</b>
<b>Quadro 69</b> .....	<b>368</b>
<b>Quadro 70</b> .....	<b>370</b>
<b>Quadro 71</b> .....	<b>371</b>
<b>Quadro 72</b> .....	<b>376</b>
<b>Quadro 73</b> .....	<b>378</b>
<b>Quadro 74</b> .....	<b>380</b>
<b>Quadro 75</b> .....	<b>381</b>
<b>Quadro 76</b> .....	<b>383</b>

Quadro 77.....	385
Quadro 78.....	405
Quadro 79.....	407
Quadro 80.....	411
Quadro 81.....	414
Quadro 82.....	416
Quadro 83.....	417
Quadro 84.....	419
Quadro 85.....	419
Quadro 86.....	422
Quadro 87.....	424
Quadro 88.....	433
Quadro 89.....	434
Quadro 90.....	437
Quadro 91.....	438
Quadro 92.....	440
Quadro 93.....	440
Quadro 94.....	440
Quadro 95.....	442
Quadro 96.....	443
Quadro 97.....	443
Quadro 98.....	446
Quadro 99.....	448
Quadro 100.....	451
Quadro 101.....	455
Quadro 102.....	456
Quadro 103.....	458

<b>Quadro 104.....</b>	<b>459</b>
<b>Quadro 105.....</b>	<b>461</b>
<b>Quadro 106.....</b>	<b>462</b>
<b>Quadro 107.....</b>	<b>467</b>
<b>Quadro 108.....</b>	<b>469</b>
<b>Quadro 109.....</b>	<b>471</b>
<b>Quadro 110.....</b>	<b>488</b>
<b>Quadro 111.....</b>	<b>489</b>
<b>Quadro 112.....</b>	<b>489</b>
<b>Quadro 113.....</b>	<b>490</b>
<b>Quadro 114.....</b>	<b>498</b>
<b>Quadro 115.....</b>	<b>502</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 .....	97
Gráfico 2 .....	97
Gráfico 3 .....	136
Gráfico 4 .....	137
Gráfico 5 .....	139
Gráfico 6 .....	141
Gráfico 7 .....	148
Gráfico 8 .....	158
Gráfico 9 .....	159
Gráfico 10 .....	160
Gráfico 11 .....	161
Gráfico 12 .....	162
Gráfico 13 .....	163
Gráfico 14 .....	165
Gráfico 15 .....	167
Gráfico 16 .....	170
Gráfico 17 .....	219
Gráfico 18 .....	221
Gráfico 19 .....	222
Gráfico 20 .....	224
Gráfico 21 .....	225
Gráfico 22 .....	227
Gráfico 23 .....	228

<b>Gráfico 24</b> .....	<b>230</b>
<b>Gráfico 25</b> .....	<b>231</b>
<b>Gráfico 26</b> .....	<b>236</b>
<b>Gráfico 27</b> .....	<b>237</b>
<b>Gráfico 28</b> .....	<b>238</b>
<b>Gráfico 29</b> .....	<b>239</b>
<b>Gráfico 30</b> .....	<b>245</b>
<b>Gráfico 31</b> .....	<b>246</b>
<b>Gráfico 32</b> .....	<b>248</b>
<b>Gráfico 33</b> .....	<b>249</b>
<b>Gráfico 34</b> .....	<b>251</b>
<b>Gráfico 35</b> .....	<b>252</b>
<b>Gráfico 36</b> .....	<b>253</b>
<b>Gráfico 37</b> .....	<b>258</b>
<b>Gráfico 38</b> .....	<b>260</b>
<b>Gráfico 39</b> .....	<b>262</b>
<b>Gráfico 40</b> .....	<b>263</b>
<b>Gráfico 41</b> .....	<b>264</b>
<b>Gráfico 42</b> .....	<b>265</b>
<b>Gráfico 43</b> .....	<b>277</b>
<b>Gráfico 44</b> .....	<b>278</b>
<b>Gráfico 45</b> .....	<b>278</b>
<b>Gráfico 46</b> .....	<b>279</b>
<b>Gráfico 47</b> .....	<b>280</b>
<b>Gráfico 48</b> .....	<b>280</b>
<b>Gráfico 49</b> .....	<b>280</b>
<b>Gráfico 50</b> .....	<b>282</b>

<b>Gráfico 51</b> .....	<b>283</b>
<b>Gráfico 52</b> .....	<b>284</b>
<b>Gráfico 53</b> .....	<b>285</b>
<b>Gráfico 54</b> .....	<b>285</b>
<b>Gráfico 55</b> .....	<b>300</b>
<b>Gráfico 56</b> .....	<b>302</b>
<b>Gráfico 57</b> .....	<b>303</b>
<b>Gráfico 58</b> .....	<b>304</b>
<b>Gráfico 59</b> .....	<b>305</b>
<b>Gráfico 60</b> .....	<b>306</b>
<b>Gráfico 61</b> .....	<b>312</b>
<b>Gráfico 62</b> .....	<b>314</b>
<b>Gráfico 63</b> .....	<b>315</b>
<b>Gráfico 64</b> .....	<b>316</b>
<b>Gráfico 65</b> .....	<b>317</b>
<b>Gráfico 66</b> .....	<b>318</b>
<b>Gráfico 67</b> .....	<b>323</b>
<b>Gráfico 68</b> .....	<b>325</b>
<b>Gráfico 69</b> .....	<b>326</b>
<b>Gráfico 70</b> .....	<b>328</b>
<b>Gráfico 71</b> .....	<b>361</b>
<b>Gráfico 72</b> .....	<b>363</b>
<b>Gráfico 73</b> .....	<b>365</b>
<b>Gráfico 74</b> .....	<b>367</b>
<b>Gráfico 75</b> .....	<b>369</b>
<b>Gráfico 76</b> .....	<b>370</b>
<b>Gráfico 77</b> .....	<b>404</b>



<b>Gráfico 78</b> .....	<b>406</b>
<b>Gráfico 79</b> .....	<b>407</b>
<b>Gráfico 80</b> .....	<b>410</b>
<b>Gráfico 81</b> .....	<b>413</b>
<b>Gráfico 82</b> .....	<b>415</b>
<b>Gráfico 83</b> .....	<b>433</b>
<b>Gráfico 84</b> .....	<b>435</b>
<b>Gráfico 85</b> .....	<b>439</b>
<b>Gráfico 86</b> .....	<b>441</b>
<b>Gráfico 87</b> .....	<b>445</b>
<b>Gráfico 88</b> .....	<b>447</b>
<b>Gráfico 89</b> .....	<b>449</b>
<b>Gráfico 90</b> .....	<b>494</b>
<b>Gráfico 91</b> .....	<b>494</b>
<b>Gráfico 92</b> .....	<b>495</b>
<b>Gráfico 93</b> .....	<b>496</b>

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	17
<b>1ª PARTE</b>	
<b>1 METODOLOGIA.....</b>	<b>30</b>
1.1 MATERIAIS E MÉTODOS.....	31
1.2 A ROTINA INVESTIGATIVA.....	32
<b>2 CONTEXTO .....</b>	<b>44</b>
2.1 INTRODUÇÃO .....	45
2.1.1 O Estado da Arte .....	45
2.2 CONTEXTO HISTÓRICO .....	49
2.2.1 A TV no Brasil e o espaço da narrativa cinematográfica .....	49
2.2.2 A Exibição de filmes Brasileiros na TV .....	62
<b>3 MARCO TEÓRICO: A COMUNICAÇÃO COMO MERCADO.....</b>	<b>67</b>
3.1 INTRODUÇÃO .....	68
3.2 UMA NOVA ORDEM TECNOLÓGICA .....	76
3.3 MUDANÇAS NOS CAMPOS TÉCNICO, ECONÔMICO E POLÍTICO.....	78
3.4 NOVAS COMUNICABILIDADES E RELACIONAMENTOS.....	82
3.5 A QUESTÃO DE GÊNERO EM MEIO À NOVA ORDEM TECNOLÓGICA.....	83
<b>4 AS TVS ABERTAS .....</b>	<b>91</b>
4.1 INTRODUÇÃO .....	92
4.2 FAMÍLIAS DO SETOR DE RÁDIO E TV .....	95
4.3 FAMÍLIAS QUE ATUAM (PRINCIPALMENTE) NA MÍDIA IMPRESSA.....	95
4.4 FATURAMENTO .....	100
4.5 SOBRE A EVOLUÇÃO DAS AUDIÊNCIAS .....	103
4.6 AS TVS RELIGIOSAS .....	106
4.7 AS TVS PÚBLICAS .....	111
4.8 ESPECTRO TELEVISIVO.....	119
4.9 MODOS DE OPERAÇÃO NO ESPECTRO DE TV ABERTAS.....	120
4.10 QUADRO DAS EMISSORAS POR REGIÃO .....	121
<b>5 AS TVS POR ASSINATURA.....</b>	<b>132</b>
5.1 INTRODUÇÃO .....	133
5.2 PROGRAMAÇÃO NACIONAL .....	144
5.3 PRODUÇÃO NACIONAL DOS CANAIS ERÓTICOS.....	146
5.4 PRODUÇÃO NACIONAL NAS TVAS.....	147
5.5 SOBRE A EXIBIÇÃO DE FILMES NACIONAIS.....	150
5.6 PROGRAMAS DE ENTRETENIMENTO.....	154
5.7 VARIÁVEL: FILMES NACIONAIS E REPETIÇÕES.....	158

<b>5.8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>167</b>
--------------------------------------	------------

## **2ª PARTE**

<b>RELATÓRIO REGIÃO NORTE .....</b>	<b>172</b>
<b>1.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>173</b>
<b>1.2 PANORAMA .....</b>	<b>174</b>
<b>1.3 ANÁLISE DAS EMISSORAS.....</b>	<b>176</b>
<b>1.3.1 Acre.....</b>	<b>176</b>
<b>1.3.2 Amapá.....</b>	<b>179</b>
<b>1.3.3 Amazonas .....</b>	<b>182</b>
<b>1.3.4 Pará.....</b>	<b>186</b>
<b>1.3.5 Rondônia .....</b>	<b>190</b>
<b>1.3.6 Roraima .....</b>	<b>192</b>
<b>1.3.7 Tocantins .....</b>	<b>195</b>
<b>1.4 ANÁLISE DE CINEMA .....</b>	<b>198</b>
<b>1.5 DESCRIÇÃO SUMÁRIA DAS EMISSORAS .....</b>	<b>200</b>
<b>REGIÃO CENTRO OESTE .....</b>	<b>207</b>
<b>2.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>208</b>
<b>2.2 PANORAMA TELEVISIVO .....</b>	<b>209</b>
<b>2.3 APRESENTAÇÃO DAS EMISSORAS .....</b>	<b>216</b>
<b>2.3.1 Distrito Federal.....</b>	<b>216</b>
<b>2.3.2 Goiás .....</b>	<b>234</b>
<b>2.3.3 Mato Grosso do Sul .....</b>	<b>242</b>
<b>2.4 APRESENTAÇÃO DAS TV CENTRO- OESTE.....</b>	<b>268</b>
<b>REGIÃO NORDESTE .....</b>	<b>273</b>
<b>3.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>274</b>
<b>3.2 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO LOCAL .....</b>	<b>277</b>
<b>3.3 A TV SEGMENTADA NO NORDESTE .....</b>	<b>286</b>
<b>3.4 PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NO NORDESTE .....</b>	<b>289</b>
<b>3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>292</b>
<b>3.6 APRESENTAÇÃO DAS TVS REGIÃO NORDESTE .....</b>	<b>293</b>
<b>REGIÃO SUL .....</b>	<b>296</b>
<b>4.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>297</b>
<b>4.2 RIO GRANDE DO SUL .....</b>	<b>299</b>
<b>4.3 SANTA CATARINA .....</b>	<b>313</b>
<b>4.4 PARANÁ .....</b>	<b>320</b>
<b>4.5 ANÁLISE CINEMA DA REGIÃO SUL.....</b>	<b>328</b>
<b>4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>341</b>
<b>4.7 APRESENTAÇÃO DAS TVS REGIÃO SUL .....</b>	<b>342</b>
<b>REGIÃO SUDESTE.....</b>	<b>355</b>
<b>5.1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>356</b>
<b>5.2 MINAS GERAIS .....</b>	<b>357</b>
<b>5.2.1 Introdução .....</b>	<b>359</b>
<b>5.2.2 Apresentação das Emissoras Estudadas .....</b>	<b>387</b>

5.2.3 Considerações Finais .....	401
5.3 ESPÍRITO SANTO .....	402
5.3.1 Panorama .....	423
5.3.2 Considerações finais .....	425
5.3.2 Lista de TVs Abertas e por Assinatura .....	429
5.4 RIO DE JANEIRO .....	429
5.4.1 Introdução .....	431
5.4.2 Estudo das Emissoras cariocas .....	451
5.4.3 Considerações Finais .....	463
5.4.4 Experiências Cinematográficas nas Universidades Cariocas .....	468
5.4.5 Curso de Cinema Universidade Estácio de Sá .....	473
5.4.6 Apresentação Das Tvs Rj .....	487
5.5 SÃO PAULO .....	487
5.5.1 Introdução .....	490
5.5.2 Cidade de S.Paulo - Análise da programação da TV aberta VHF e UHF .....	495
5.5.3 Perfil Das Tvs Abertas Vhf E Uhf Da Cidade De S.Paulo - Cidade de S.Paulo - Análise da programação da TV por assinatura .....	497
5.5.4 Perfil Das Tvs Pagas Da Cidade De S.Paulo .....	498
5.5.5 Considerações Sobre Cinema .....	503
5.5.6 Categoria Produção .....	503
5.5.7 Categoria Finalização .....	504
5.5.8 Categoria Comercialização .....	505
5.5.9 Considerações Finais .....	508
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	523
REFERÊNCIAS .....	539
ANEXOS .....	557

## 2ª Parte

# **RELATÓRIO REGIÃO NORTE**

## 1.1 INTRODUÇÃO

A região Norte do Brasil compreende os Estados de Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins, ocupando uma área territorial de quase 4 milhões de quilômetros quadrados (IBGE, 2005), a maior em extensão. Em 2001, tinha 449 municípios (IBGE, 2001), com 175 áreas indígenas demarcadas e 131 a definir seus limites. É nela que está a maior parte da Amazônia legal, uma das maiores reservas naturais do globo, o que a torna um território pouco povoado, em relação às outras regiões geopolíticas do país, especialmente as meridionais.

Essa característica, para as telecomunicações, se constitui num grande desafio para a implantação de redes de comunicação. Muitas ações estratégicas foram dirigidas para esse território na época do Governo militar, pois, a integração do país num discurso controlado (especialmente numa região de fronteiras secas e lacustres) se colocava como uma questão de Segurança Nacional.

Da mesma maneira, as projeções para alcançar os índices socio-econômicos básicos para contemplar a condição de cidadania estiveram subjugados, na história das telecomunicações brasileiras, à integração da Amazônia ao espectro das ondas hertzianas. Essas características são elementos importantes para fundamentar qualquer pesquisa que pretenda analisar a operação das telecomunicações, sejam elas no âmbito da mídia impressa ou da produção audiovisual, objeto deste estudo.

## 1.2 PANORAMA

A região Norte tem a cobertura de 40 emissoras de televisão com sinal aberto, em VHF ou UHF<sup>126</sup> (SISCOM, 2005), estando 31 delas sediadas nas capitais. Elas estão conectadas às redes nacionais comerciais e educativas ou são estações que operam independente das cadeias, caso observado quando se tratam das organizações ligadas a instituições de cunho religioso, como é o caso das Igrejas Católica e Assembléia de Deus.

No quadro que segue apresentamos a distribuição das emissoras por Unidade Federativa da região, as que operam na capital, suas afiliações a redes nacionais, regionais e a característica da outorga:

UF	Nº emissoras	Nº emissoras capital	Rede		Outorga	
			Nacional	Regional	Educ. Cult.	Comercial
Acre	5	5	3	1	1	4
Amazonas	7	7	5	2	3	4
Amapá	4	4	4			4
Pará *	10	7	6	1	2	8
Rondônia	6	4	4	2		4
Roraima	2	2	2			2
Tocantins *	5	2	4		1	3
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>31</b>	<b>28</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>30</b>

Quadro 23 - Distribuição das emissoras de TV na Região Norte

(\*) No Pará, a Rede Estado Novo estava fora de operação. Em Tocantins, a Fundação Universidade do Tocantins ainda não tinha licença para tal na data da pesquisa.

Fonte: SISCOM. Informação serviços comunicação de massa. Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp>>. Acesso em fevereiro/ 2006.

A região também apresenta outras formas de operação televisiva, trabalhando com a geração de sinais de satélite codificado (modo DTH, por assinatura) e não codificado (STB), explorados respectivamente pela Sky e Directv e Amazonsat, consórcio coordenado pela Rede Amazônica de Televisão e com a cabodifusão, através das operadoras Vivax e NET.

<sup>126</sup> Não se considera, neste momento, as estações que operam com transmissão pelo satélite, o que exige equipamento mais complexo para a recepção de sinais.



O panorama regional da radiodifusão inclui ainda as emissoras de rádio em ondas tropicais, curtas e médias, frequência modulada e comunitária, totalizando 343 licenças de operação, conforme se observa no quadro a seguir, que, no caso da Região Norte, exercem um importante papel no que diz respeito à troca de informações e socialização dos grupos sociais.

<b>Unidade Federativa</b>	<b>Total de emissoras</b>
Acre	23
Amazonas	74
Amapá	21
Pará	107
Rondônia	68
Roraima	13
Tocantins	37
<b>Total</b>	<b>343</b>

Quadro 24 - Números de emissoras de rádio na Região Norte

Fonte: SECRETARIA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA. Relação dos sócios das emissoras de rádio e televisão. Disponível em: <<http://www.fndc.com.br>>. Acesso em dezembro 2005.

A partir desses referenciais, é possível afirmar que a Região Norte, apesar da reduzida densidade demográfica - 12,9 mil pessoas assentadas em 3,8 milhões de quilômetros quadrados (IBGE, 2005) -, tem seu território coberto pelas ondas *hertzianas*. Independente dos motivos que geraram a planta de telecomunicação, sejam eles por questões de necessidades pessoais e coletivas de comunicação, seja por questões relacionadas à cultura e à identidade da pátria, ou até mesmo no que toca à Segurança Nacional, essa constatação oferece subsídios para afirmarmos que a Região Norte não é mais um lugar desconectado do planeta.

## 1.3 ANÁLISE DAS EMISSORAS

### 1.3.1 Acre

Com uma população de 557 526 pessoas distribuídas em 22 municípios que ocupam a área de 227,7 mil quilômetros quadrados, o Acre tem a outorga de cinco estações de televisão, todas em operação plena. Apenas uma delas é educativa, destinada ao Governo do Estado.

São elas:

- Rádio e TV do Amazonas Ltda. - TV Acre (íntegra a Rede Amazônica, de Manaus), canal 4;
- Governo do Estado do Acre - Fundação de Cultura e Comunicação Elias Mansur - TV Aldeia (operando em rede com a TV Cultura - Fundação Pe. Anchieta), canal 2;
- Rádio e Televisão Norte Ltda. - TV Gazeta (integrante da Rede Record, de São Paulo), canal 11;
- Rede União de Rádio e Televisão Ltda. TV União - Band (opera em conjunto com a Rede Bandeirantes, de São Paulo), canal 19;
- Sociedade Acreana de Comunicação Fronteira Ltda. SBT Acre (integrante do grupo do jornal O Rio Branco e afiliada ao SBT, São Paulo), canal 8.

A população acreana conta também com os serviços da televisão por assinatura, sendo assistida pelas operadoras de satélite (*Direct to Home*), através da Sky, Galaxy do Brasil (Directv), Rádio e Televisão do Amazonas Ltda. Na capital, Rio Branco, a operação de TV a cabo estava em instalação durante o ano de 2005 (ANATEL, 2005).

## Programação

A programação das emissoras acreanas seguem a lógica das afiliadas às redes nacionais, com extensa exibição de conteúdos gerados a partir das cabeças-de-rede, sediadas no Rio e em São Paulo, com reduzido espaço para inserções de conteúdos locais. Quando existem janelas para a produção de conteúdo, a maior parte é destinada ao jornalismo local e regional.

A exceção fica por conta da Rede União (afiliada à Rede Bandeirantes), onde o entretenimento ganha espaço em programas de entrevistas com personalidades da sociedade, artistas, políticos, videoclipes e shows, devido à recente entrada da emissora na transmissão pelo satélite doméstico e a sua expansão para o Ceará e Distrito Federal, compondo uma rede de sete emissoras independentes.

No quadro que segue abaixo aparecem as inserções locais na categoria programas de entretenimento:

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Acre	Não			
TV Aldeia	Entrevistas com personalidades	Aborda temática de cultura, artes, cidadania, bem-estar social	2 <sup>a</sup> a 6 <sup>a</sup> feira	22 h
TV Gazeta	Gazeta Entrevista	Temas da atualidade, cena política e administrativa, bem-estar social, cidadania	3 <sup>a</sup> a 6 <sup>a</sup> feira	21 h
	Geração Gazeta	Atividades da sociedade acreana	2 <sup>a</sup> feira	21 h
TV União - Band	Salada Mixta	Apresentação de temáticas criadas e conduzidas por populares	2 <sup>a</sup> a sábado	9 h
	Top mais	Vídeo clipes	Diário	12 h
	Traduzidos	Tradução de letras de músicas do <i>jet set</i>	2 <sup>a</sup> a 6 <sup>a</sup> feira	14h30
	Rock Collection	Musical, clipes	2 <sup>a</sup> feira	21 h
	Da hora	Vídeo clipes, shows, esportes	2 <sup>a</sup> a 6 <sup>a</sup> feira	18 h
	Liquidificador	Cultura, artes, personalidades	4 <sup>a</sup> feira	21 h
	Tantos Talentos	Cultura em geral, destacando artistas locais e regionais	5 <sup>a</sup> feira	20 h
	Circuito Vip	Atividades da sociedade (produzido em Fortaleza), cobertura de festas e encontros em clubes.	5 <sup>a</sup> feira	21 h
	Homem Total	Entrevistas com personalidades masculinas	6 <sup>a</sup> feira	20 h
	Tribos	Variedades e cultura pop	Domingo	15 h
	União Planetária	Gnóstico, debates e mensagens “de sabedoria e otimismo”.	Domingo	23 h
SBT Acre	Não			

Quadro 25 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Rio Branco

Na modalidade TV por assinatura, não há inserção de programas locais e regionais de entretenimento. Essa grade é composta pelas matrizes das operadoras do serviços, instaladas na Região Sudeste do país. Entretanto, a exceção da inserção do audiovisual regional fica com a Amazonsat, empresa da Rádio e TV do Amazonas, coligada à Rede Globo, que produz documentários, entrevistas, programas dedicados à cultura, artes e lazer para sua grade de programação própria, transmitida por satélite doméstico (ver mais detalhes na análise do Amazonas).

### Considerações

A análise dos dados apresentados nos permite ponderar que:

- A TV Aldeia, da rede educativa acreana, ocupa 2,43% do tempo total de operação com programas próprios na categoria entretenimento. Esse percentual sobe para 4,76% quando se observa apenas a frequência dos programas do gênero na grade, tendo como base a produção da cabeça-de-rede em comparação com a local;
- A TV Gazeta apresenta os números percentuais de 6,25% de entretenimento local em relação ao total da grade. Esse número aumenta para 16,6% quando se observa apenas a exibição da categoria entretenimento;
- A TV União, coligada à Rede Bandeirantes, é a exceção à regra das emissoras acreanas: ela tem uma inserção de 50% de programas de entretenimento local na grade, em relação ao total da grade gerada cabeça-de-rede. Quando se compara a proporção da frequência dos programas de entretenimento da grade nacional e local,

o número cresce para 366,6%, significando sete vezes mais inserções locais que as nacionais. Nessa lógica, considera-se frequência idêntica para as reprises, pois esses programas têm são exibidos num horário alternativo.

No quadro que segue, um estudo comparativo entre a programação de rede e as inserções locais, restritas a categoria entretenimento:

Rede	Total de Programas	Programas entretenimento	% entretenimento	Afiliada	Total Programas	Nº Programas locais	% entretenimento local/ nacional
Record	16	6	37,5	TV Gazeta	16	2	16,6%
Bandeirantes	22	3	13,6	TV União	22	11	366,6%
Cultura SP	41	22	53,6	TV Aldeia	41	22	4,76

Quadro 26 - Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Rio Branco

O número de inserções de produção local aumentou sensivelmente. Em 1999, pesquisa realizada pela equipe da revista Meio & Mensagem indicava apenas uma inserção de programa da categoria entretenimento nas emissoras da capital. No levantamento hora apresentado, o número cresce para 33.

### 1.3.2 Amapá

No Amapá, estado que tem pouco mais de 474 mil habitantes que vivem em 16 municípios (IBGE, 2005, IBGE 2001), ocupando uma extensão territorial de 142 mil quilômetros quadrados, quatro emissoras de televisão oferecem conteúdos diários, que variam entre o jornalismo, entretenimento e, dentro dessa categoria, os seriados. Todas têm sede na

capital Macapá. Não existe concessão de emissora educativa ou cultural nesta unidade federativa.

As operadoras na modalidade de televisão aberta do Amapá são:

- Beija Flor Radiodifusão Ltda., canal 24;
- TV Amazônia Ltda., TV Amazônia SBT, canal 13 (retransmissora do SBT - São Paulo);
- Z Sistema Equatorial de Comunicações Ltda., TV Equatorial, canal 8 (Rede Família) e
- Rádio e TV do Amazonas Ltda., TV Amapá, canal 6 (integrante da Rede Amazônia de Televisão, com sede em Manaus e ligada à Rede Globo).

A modalidade de televisão por assinatura está restrita às operadoras do DTH (Sky e Directv) e a população dessa Unidade Federativa tem acesso aos sinais da Amazonsat, que apresenta conteúdo 100% nacional, e da Rede União, organizações que exibem sua programação através dos satélites domésticos. O serviço de TV a cabo encontra-se em fase de implantação (ANATEL, 2005).

### Programação

A operação em rede também é uma característica das televisões abertas do Amapá, o que provoca a reduzida inserção de programas locais e regionais. A seguir, o quadro demonstrativo das emissoras e as inserções de entretenimento locais:

Emissora	Programas locais/regionais	Característica principal	Dia	Horário
Beija Flor Radiodifusão Ltda.	n.d.*			
TV Amazônia SBT	Turismo	Apresentação de roteiros turísticos nacionais e internacionais, entrevistas, dicas de viagem.	Domingo	9 h
	Música	Músicas, vídeo clipes, variedades do <i>jet set</i> .	sábados	13 h
	Gincana		domingos	15 h
	Debates	Temas da pauta cotidiana, com personalidades da cena cultural, política e social, entrevistas com advogados, economistas.	Sábados	21 h
TV Equatorial	Não			
TV Amapá	Não			

Quadro 27 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Macapá

A televisão por assinatura é servida, até o momento da pesquisa, pelas operadoras da modalidade DTH, cuja programação é feita no Sudeste e não há inserção local ou regional. A operação por cabo se encontra em implantação, frustrando, no momento, a possibilidade de inserir conteúdos produzidos localmente, através dos canais de uso público e gratuito ou do canal reservado para exploração comercial local da operadora.

### Considerações

No Amapá, a ponderação entre os números de frequência dos programas de entretenimento local em relação aos das redes nacionais é:

- TV Amazônia (SBT) - 15,3% de inserção local de programas de entretenimento com relação ao total 21% dos programas produzidos localmente.

No quadro, a representação gráfica:

Rede	Total de Programas	Programas entretenimento	% entretenimento	Afiliada	Total Programas	Nº Programas locais	% entretenimento/nacional
SBT	26	19	73	TV Amazônia	26	4	15,3%

Quadro 28 - Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Macapá

Não há registros de inserções locais do gênero entretenimento na pesquisa realizada pelo Meio&Mensagem. Hoje, elas somam quatro (04).

### 1.3.3 Amazonas

Maior estado em extensão territorial da região, o Amazonas é formado por 62 municípios que ocupam 1,570 milhão de quilômetros quadrados e possui uma população de 2,8 milhões de habitantes.

O Amazonas possui outorga para sete emissoras de televisão aberta, sendo que apenas uma ainda não tem licença de operação definitiva.<sup>127</sup> Todas estão instaladas em Manaus. Já o sistema de televisão por assinatura, a população amazonense pode optar pela modalidade DTH (Sky e Directv), MMDS (nos arredores de Manaus) ou pela TV a cabo, explorada pela Vivax.

Pelas características geográficas, o Estado opera ainda através da transmissão via satélite (doméstico), operado pela Amazonsat, empresa do grupo regional TV do Amazonas Ltda.

Estas são as emissoras de localizadas em Manaus:

<sup>127</sup> Rede Floresta Viva Comunicação Ltda.



- Fundação Evangélica Boas Novas (Assembléia de Deus), RBN TV, canal 8 (integrada à Rede Record - São Paulo);
- Fundação Televisão e Rádio Cultura do Amazonas, TV Cultura, canal 2 (integrada à Rede Cultura - Fundação Pe. Anchieta);
- Rádio e Televisão Rio Negro Ltda., TV Rio Negro, canal 13 (integrada à Rede Bandeirantes - São Paulo);
- Rádio e TV do Amazonas Ltda., TV Amazonas, canal 5 (integrante da Rede Amazônica, ligada à Rede Globo);
- Rede Floresta Viva Comunicação Ltda., canal 49 (sem licença de operação);
- Sociedade Manauara Ltda., TV Manaus, canal 10 (integrada à Rede Record - São Paulo);
- Televisão A Crítica Ltda., TV A Crítica, canal 4 (integrada ao SBT - São Paulo);
- Rádio e TV do Amazonas Ltda., Amazonsat (independente, difusão através de satélite aberto e DTH).

Em termos de televisão por assinatura, a população manauense tem acesso à modalidade DTH (Sky, Directv) e ao cabo, operado pela Vivax S.A., onde a produção local encontra os espaços do Canal Comunitário e o destinado à comercialização para difundir seus programas.

### Programação

A produção local exibida nas emissoras de Manaus tem mais oportunidade para mostrar seus conteúdos, uma vez que as emissoras, exceto aquelas que estão submetidas a rígidos acordos de filiação, inserem conteúdos locais na programação diária. A maioria tem características de jornalismo local, o que é um importante sinal para outras análises sobre a

produção local dirigida à televisão. Outro aspecto que ganha relevância é o espaço que as redes dão aos programas religiosos (mensagens e transmissão de cerimônias).<sup>128</sup>

No quadro que segue, a apresentação dos programas de entretenimento:

Emissora	Programas locais/regionais	Característica principal	Dia	Horário
RBN TV	Não			
TV Cultura	Não			
TV Rio Negro	Exija seus direitos	Informações sobre direitos civis em geral	Diário	11h20
	Programa Denilson Reis	Atrações artísticas, entrevistas, curiosidades.	Diário	0h05
TV Amazonas	Não			
TV Manaus	Não			
TV A Crítica	Não			
Amazonsat	Viagens Pela Amazônia	Apresenta curiosidades do turismo na região, entrevistas. Misto de jornalismo e entretenimento.	Diário, com reprises	9 h
	Tribos do Sat	Aborda aspectos das culturas microrregionais do território. Artes, culinária, folclore.	Diário, com reprises	22 h
	Estação Turismo	Apresenta roteiros e opções para viagens na região.		06:00
	Oração da Sagrada Família	Mensagens religiosas	Sábado	08h03
	Igreja Pelo Mundo	Informações sobre as igrejas católicas	Sábado	08h06
	Sabores da Amazônia	Receitas, dicas de culinária, pequenos documentários	Diário	Variável
	Planeta Amazônia	Documentários e grandes reportagens das localidades e costumes amazônicos.	Diário	Variável
	Zapeando	Informações sobre a cultura e as programações artísticas.	Diário	Variável
	Figuras	Entrevista com personalidade e pessoas de relevância social, cultural ou folclóricas.	Sábado 4ª feira	23:30 22h30
	Missa na TV		Domingo	10 h
	Pesca Amazônia	Informações sobre locais apropriados para a pesca, entrevistas e desenvolvimento de técnicas.	domingo, 2ª, 3ª e 5ª feiras	Variável
Na festa	Cobertura de eventos folclóricos e sociais.	4ª feira	0h30	
Amazônia em Revista	Curiosidades, variedades, jornalismo e entrevistas.	3ª feira	02h30	

Quadro 29 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Manaus

<sup>128</sup> A ocorrência de missas, cultos e programas de entrevistas não se restringe à Região Norte. A “igreja eletrônica” está presente nas emissoras de rádio e de televisão de norte a sul do país, especialmente no que se refere à utilização dos canais comunitários na TV a cabo. (Ver BENEVENUTO JR. Álvaro. “De Canal Comunitário a POA TV: estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo de Porto Alegre”. 2005. *Tese* (doutorado em Ciências da Comunicação) - PPGCC - UNISINOS - Universidade do Vale do rio dos Sinos, São Leopoldo, RS).

Nas televisões por assinatura, não há dados disponíveis sobre os programas de entretenimento exibidos pelas operadoras e/ou administradoras do espaço.

### Considerações

A inserção de programas locais da categoria entretenimento, no Amazonas, parece ser mais intensa que nos outros estados da região, como pode ser observado a seguir:

- A TV Rio Negro (Bandeirantes), tem 13,3% de programas de entretenimento em sua grade semanal. Quando se compara a produção geral desse gênero com a local, o número sobe para 66,6%;
- Na TV Cultura do Amazonas, os percentuais se invertem: enquanto a programação geral (nacional/regional) alcança 53,6% da grade, a inserção local do gênero é de somente 4,76%.
- A exceção fica com a Amazonsat, que tem sua grade baseada em programação própria (oriundas das emissoras integrantes da Rede Amazônica) e segue a lógica de programação da TV por assinatura, investindo em reprises semanais. Na Amazonsat, o total da produção do gênero entretenimento é de 37,7%.<sup>129</sup>

Na tabela que segue, é possível observar a amostragem do fenômeno.

---

<sup>129</sup> O cálculo do percentual de reprises deve ser considerado em 50% do total da produção, pois os programas são repetidos uma vez na semana, em horários alternativos. Para precisar esse número é necessário ter acesso às resenhas dos programas, cujos dados não estavam disponíveis.

Rede	Total de Programas	Programas entretenimento	% entretenimento	Afiliada	Total Programas	No. Programas locais	% entretenimento local/nacional
Bandeirantes	22	3	13,6	TV Rio Negro	22	2	66,6
				Amazon-sat	27	10	37,7
Cultura SP	41	22	53,6	TV Cultura	41	22	4,76

Quadro 30 - Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Manaus

Na TV a cabo, as inserções locais no menu da operadora se restringem à programação das emissoras abertas. Não há aproveitamento do canal destinado à comercialização, nem o de uso gratuito da comunidade (canal comunitário).

Em 1999, a revista Meio & Mensagem indicava que os programas locais eram apenas três (03). Hoje, seis anos depois, apenas o formato entretenimento chega a 34 formatos.

#### 1.3.4 Pará

Numa área de 1,2 mil quilômetros quadrados, o Pará concentra uma população de 6,1 milhões de habitantes, distribuídos em 143 municípios (IBGE, 2001; IBGE, 2005). A população é de 6,2 milhões de habitantes. No Estado, dez grupos têm a outorga para operar emissoras de televisão (ANATEL, 2005). No interior, estão o Sistema Clube do Pará de Comunicação, em Marabá; Rádio e Televisão Tapajós (TV Globo) e Rede Brasil Norte de Comunicação, que não tem licença para operar no sistema, ambas em Santarém.

As emissoras da capital paraense, Belém, são:

- Fundação de Telecomunicações do Pará, Rádio e TV Cultura, canal 2 (integra a rede educativa da TV Cultura - Fundação Pe. Anchieta);
- Fundação Nazaré de Comunicação, TV Nazaré, canal 30 UHF (independente, integrante da Rede Vida - São Paulo);
- Rádio e Televisão Guajará Ltda., RBN TV, canal 4 (Assembléia de Deus, ligada à Rede Record - São Paulo);
- Rádio e Televisão Marajoara Ltda., TV Marajoara, canal 10 (coligada à Rede Record - São Paulo);
- Rede Brasil Amazônia de Televisão, RBA TV, canal 13 (integrante da Rede TV - São Paulo);
- Televisão Liberal Ltda., TV Liberal, canal 7, (coligada à Rede Globo)
- TVSBT Canal 5 de Belém S.A., SBT Belém, canal 5 (espólio da TV Tupi, herdado pelo SBT - São Paulo).

Na modalidade TV por assinatura, a capital do Pará é servida pela modalidade DTH (Sky, Directv e Amazonsat<sup>130</sup>) e por uma operadora de TV a cabo (ORM Cabo Ananindeua Ltda.) (ANATEL, 2005), a qual não tem inserções locais.

### Programação

Apesar da multiplicidade de emissoras de sinal aberto, a presença das redes é efetiva na operação do sistema, o que inibe a inserção de produções locais, especialmente quando se observa a categoria entretenimento, já que na categoria informação a presença de programas

---

<sup>130</sup> Apesar de ser considerada e funcionar como emissora de satélite, a Amazonsat aparece no Relatório das Prestadoras de Serviços de TV Por Assinatura como uma das operadoras nacionais de DTH em operação no país. (SISCOM, 2005)

jornalísticos, como os telejornais locais, foi registrada em todo o país. A televisão a cabo, que se constitui como uma alternativa para atender essa demanda, não recebeu nenhuma solicitação para ocupar o Canal Comunitário ou pedido para aquisição de horário no canal dedicado à comercialização. (ORM, 2006).

O quadro abaixo mostra o panorama das inserções de programas de entretenimento nas emissoras da capital paraense:

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Cultura	Revista Feminina	Entrevistas e reportagens abordando a temática da mulher.	5 <sup>a</sup> feira	19h30
	Música	Vídeo clipes de conjuntos e bandas da atualidade, regional, nacional e internacional.	Sábado	12h45
TV Nazaré	Não			
RBN TV	Não			
TV Marajoara	Não			
RBA TV	Não			
TV Liberal	É do Pará	Cultura regional, culinária, entrevistas	Sábado	13h45
SBT Belém	Etc e tal	Programa jovem, variedades, música, atualidades, entrevistas com personalidades do <i>jet set</i> .	Sábado	9 h

Quadro 31 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Belém

Apesar da operação da modalidade TV a cabo, a operadora da capital paraense informa que não há procura pelos espaços destinados à difusão de programas produzidos localmente, seja através da aquisição de *breaks*, no canal destinado à exploração comercial seja no próprio Canal Comunitário, ofertado gratuitamente às organizações sociais e não governamentais.

### Considerações

No Pará, os percentuais de programação local de entretenimento, que ocorre na Cultura, TV SBT e TV Liberal, são esses:

- A TV Cultura - apresenta 4,8% em relação ao total dos programas locais e 4,5% em relação aos formatos de entretenimento da rede, sejam de produção nacional ou internacional;
- SBT Pará - possui 3,8% de programas de entretenimento em relação ao total dos programas locais e 5,2% em relação aos formatos de entretenimento que a cabeça-de-rede oferece, sejam de produção nacional ou internacional;
- TV Liberal - 6,8% em relação ao total dos programas locais e 15,3% em relação aos formatos de entretenimento que a cabeça-de-rede oferece, sejam de produção nacional ou internacional.

Abaixo o quadro explicativo:

Rede	Total de Programas	Programas entretenimento	% entretenimento	Afiliada	Total Programas	No. Programas entretenimento local	% entretenimento local/nacional
Cultura SP	41	22	53,6	TV Cultura	41	1	4,5
SBT	26	19	73	SBT Pará	26	1	5,2
Globo	29	13	44,8	TV Liberal	29	2	15,3

Quadro 32 - Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Belém

No levantamento realizado em 1999, Belém apresentava sete (07) programas locais de entretenimento nas emissoras da cidade. Hoje, elas caíram para cinco (05).

### **1.3.5 Rondônia**

A população rondoniense ultrapassa ao 1.155 mil habitantes, ocupando uma área de 237,7 mil quilômetros quadrados, dividida em 52 municípios. Nesse estado existem seis emissoras de televisão, sendo quatro delas sediadas na capital Porto Velho. Duas estão em cidades do interior. Também não tem emissora educativa no Estado. As estações da capital são:

- Amazônia Cabo Ltda., TV Candelária, canal 22 (integra a Rede Record, São Paulo);
- Rádio e TV do Amazonas Ltda., TV Rondônia, canal 4 (integrante da Rede Amazônia de Televisão, ligada à Rede Globo);
- RBN - Rede Brasil Norte de Televisão Ltda., canal 6 (integra o SBT - São Paulo) e
- TV Allamanda Ltda., canal 13 (integra a Rede Band - São Paulo).

A capital também conta com a modalidade de televisão por assinatura, através do sistema DTH (Sky e Directv) e TV a cabo, através da NET e em MMDS, sob a responsabilidade da TV Filme Sistemas Ltda. A TV a cabo também está em operação nas maiores cidades do interior do Estado, como Ji-Paraná e Cacoal.



## Programação

A programação das emissoras de Porto Velho está submetida à grade da redes nacionais como Globo, SBT, Record e Bandeirantes.

No quadro abaixo é possível visualizar a apresentação das emissoras e a inserção de conteúdos de entretenimento:

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Candelária	Não			
TV Rondônia	Não			
RBN	Não			
TV Allamanda	Cidade Agora	Acontecimentos sociais, manifestações populares, festas tradicionais e folclóricas, música e outros.	2 <sup>a</sup> a sábado	12h30
	Eventos, festas	Cobertura de eventos variados na cidade.	Indeterminado	Noturno

Quadro 33 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Porto Velho

Na modalidade de TV por assinatura, a inserção de programas locais está restrita à programação das TVs abertas locais. Os espaços que poderiam ser ocupados por produções do gênero entretenimento no menu da operadora de cabo (canal comercial ou canal comunitário), não são usados. Nos sistemas DTH ou MMDS não há inserção local.

## Considerações

Em Rondônia, a produção de conteúdos locais de entretenimento é restrita mas, se comparada ao total das inserções da rede, ganha destaque: 66,6% de produção local em relação aos 13,6% da cabeça-de-rede, como pode ser observado no quadro a seguir:

Rede	Total de Programas	Programas entretenimento	% entretenimento	Afiliada	Total Programas	No. Programas entretenimento local	% entretenimento local/nacional
Bandeirantes	22	3	13,6	TV Allamanda	22	2	66,6%

Quadro 34 - Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Porto Velho

Em Porto Velho ocorre um fenômeno semelhante que aconteceu em Belém, quando o número de inserções de programas de entretenimento reduziu com em relação ao ano de 1999. Pelo levantamento da revista Meio&Mensagem realizado em 1999<sup>131</sup>, havia 12 exibições semanais de programas da categoria entretenimento. Hoje o número de programas de entretenimento local caiu para dois, representando 16% da programação.

### 1.3.6 Roraima

Composto por 15 municípios distribuídos em 224,2 mil quilômetros quadrados, o Estado de Roraima tem 324 mil habitantes que assistem a duas emissoras locais de televisão aberta.

<sup>131</sup> Os números de programas apontados pela pesquisa da Meio&Mensagem estavam classificados na categoria *Outros*.

Nessa Unidade Federativa, o serviço de televisão por assinatura está restrito à modalidade DTH (Sky e Directv), pois à época da pesquisa a TV a cabo se encontrava em implantação.

As estações de televisão aberta estão localizadas na capital Boa Vista e são estas:

- Rede Tropical de Comunicação Ltda., SBT Roraima, canal 10 (integra a Rede do SBT - São Paulo);
- Rádio e TV do Amazonas, TV Roraima, canal 4 (integra a Rede Amazônia de Televisão, ligada à Rede Globo);
- TV Ativa, canal 20 (independente, sistema UHF, integra a Rede Gazeta - São Paulo).<sup>132</sup>
- Sociedade Rádio Equatorial Ltda., TV Imperial e Rádio Equatorial, canal 6 (integra a Rede Record - São Paulo)<sup>133</sup>
- TV Caburaí, canal 8 (integra a Rede Bandeirantes - São Paulo).<sup>134</sup>

### Programação

A inserção de programas locais nas emissoras de Roraima fica restrita aos programas da categoria informação, ou seja, de telejornalismo. Quanto ao entretenimento, as inserções são precárias, tendo em vista que as duas emissoras trabalham na lógica da rede nacional. Esse conteúdo ocupa pequena parte da grade da rede e espaços nos intervalos comerciais, na forma de *infomerciais*. Nessas janelas, abordam temas como saúde, beleza e anúncios de eventos.

---

<sup>132</sup> A TV Ativa não constava na relação do Ministério das Comunicações. (<<http://sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp>>. Acesso em fev de 2006)

<sup>133</sup> A TV Imperial opera na modalidade RTV (retransmissora de TV) e não consta registro na base de dados SISCO. Acesso em fev de 2006.

<sup>134</sup> A TV Caburaí também não tem registro na base de dados do SISCO.

No quadro abaixo, aparece o detalhamento dos formatos:

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
SBT Roraima	Não			
TV Roraima	Não			
TV Ativa	Quem é quem	Entrevistas com personalidades da cena social, cultural e das artes	2 <sup>a</sup> , 4 <sup>a</sup> , 6 <sup>a</sup>	21 h
	Ativa Musical	Vídeo clipes produzidos por conjuntos regionais, nacionais e internacionais.	3 <sup>a</sup> , 6 <sup>a</sup> , sábado	22 h
TV Imperial	Regina Malman	Variedades, agenda social, entrevistas.	diário	12h00
			Sábado	8h
	Marcelo Camargo	Produzido em São Paulo e exibido em Boa Vista, sua temática é de variedades e cobertura dos eventos sociais na capital paulista.	sábado	10h
TV Caburaí	Não			

Quadro 35 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Boa Vista

No âmbito da modalidade de televisão por assinatura, a comunidade tem acesso aos sistemas de satélites (DTH, operado por Sky e Directv), que não inserem programação local e ainda não tem sistema de TV a cabo. Conforme o relatório da Anatel (2005) as operações de cabo ainda se encontram em fase de implantação.

### Considerações

Na TV Imperial, afiliada da Record, a incidência de programas de entretenimento local é de 66,6% em relação aos 37,5% da rede nacional. Na TV Ativa (Rede Gazeta), não há dados disponíveis para determinar os números percentuais.

Em Roraima, observa-se a ocorrência do mesmo fenômeno midiático de Rondônia, como é possível observar no quadro abaixo:

Rede	Total de Programas	Programas entretenimento	% entretenimento	Afiliada	Total Programas	No. Programas entretenimento local	% entretenimento locais/nacional
Record	16	6	37,5	TV Imperial	16	3	66,6
Gazeta	n.d.	n.d	n.d	TV Ativa	n.d	2	n.d.

Quadro 36 - Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Boa Vista

Não há registros que permitam estabelecer comparações entre a programação de entretenimento de 1999 publicada e a atual, pois o Estado não aparece na análise da Revista Meio & Mensagem.

### 1.3.7 Tocantins

A população de 1,3 milhão de pessoas em Tocantins está assentada em 277,6 quilômetros, dividida em 139 municípios. O estado possui cinco outorgas para operação de televisão, sendo três instaladas no interior (Boa Sorte Rádio e Televisão Ltda, SBT, canal 7 e Televisão Anhanguera de Araguaína, canal 11, em Araguaína e Televisão Rio Formoso Ltda. - TV Anhanguera, em Gurupi). Na capital Palmas, estão localizadas as seguintes estações:

- Boa Sorte Rádio e Televisão Ltda., TV Jovem Palmas, canal 11 (integrante do SBT - São Paulo)
- Fundação Universidade do Tocantins, canal 13, que ainda não tem licença de operação.

- Sistema de Comunicação Rio Bonito Ltda., TV Cristal, canal 5 (coligada à Rede TV)
- TV Lajeado, canal 2 (retransmissora ligada à Rede Record).<sup>135</sup>

Entretanto, a capital possui uma repetidora da Organização Jaime Câmara, que difunde a programação da Rede Globo, através da TV Anhanguera no canal 24.

Em relação à modalidade de televisão por assinatura, Palmas possui o sistema DTH (Sky e Directv). A modalidade cabo ainda estava em fase de implantação, com uma operadora indicada, segundo relatório da Anatel (2005).

### Programação

Apesar de seguir a rotina das redes nacionais, a televisão de Palmas reserva alguns espaços para a produção local, indo além do jornalismo (característico da programação das afiliadas da Rede Globo, SBT e Rede TV<sup>136</sup>). O entretenimento tem seu espaço nas grades das emissoras, com frequência semanal. No quadro a seguir é possível observar a relação dos programas:

---

<sup>135</sup> Nos documentos do SISCOB não há registros dessas operadoras.

<sup>136</sup> A primeira mantém as inserções de jornalismo nos espaços reservados para as edições regionais do meio-dia e vespertino. Já a TV Cristal exibe, todas as tardes, o *Programa do Marcão*. O formato é de jornalismo popularesco e policial, com a duração 30 minutos.

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Jovem Palmas	Olhar digital na construção civil *	Informações sobre o mercado e o setor da construção civil.	Domingo	8 h
	Agenda Médica *	Comentários, entrevistas e anúncios de eventos científicos	Domingo	9 h
TV Anhanguera	Frutos da Terra	Curiosidades, música, histórias, folclore e receitas regionais.	sábado	8 h
	Raddar	Música, entretenimento, entrevistas, curiosidades para o público jovem	sábado	13h45
TV Cristal	Show de Automóveis *	Informações do mundo do automobilismo e ofertas de negócios	domingo	12h

Quadro 37 - Inserções de produções locais/regionais de entretenimento nas emissoras de Palmas

(\*) São programas locais, mas voltados para prestação de serviços e não entretenimento

### Considerações

São poucos os lugares onde a Rede Globo permite maior inserção de produções locais de entretenimento. Em Palmas, o fato está registrado, mesmo que a difusão seja realizada pela retransmissora de uma estação do interior (Gurupi). Na TV Anhanguera, o percentual de produção local para entretenimento é de 15,3% em relação ao entretenimento nacional da emissora.

<b>Rede</b>	<b>Total de Programas</b>	<b>Programas entretenimento</b>	<b>% entretenimento</b>	<b>Afilhada</b>	<b>Total Programas</b>	<b>No. Programas entretenimento local</b>	<b>% entretenimento local nacional</b>
Globo	29	13	44,8	TV Anhanguera	29	2	15,3

Quadro 38- Comparativo percentual de inserções de programas de entretenimento nas grades das emissoras cabeça-de-rede e regionais - Palmas

Em 1999, a equipe do Meio&Mensagem detectou 10 inserções de conteúdos de entretenimento nas emissoras de Palmas, especialmente na TV Anhanguera (Rede Globo), onde ocorriam quatro exibições locais por semana. Os números atuais da TV Anhanguera caíram pela metade, em função da adequação da grade de programação à cabeça-de-rede.

Vale observar que a TV Anhanguera faz parte da Região Centro-Oeste tendo sua base no Estado de Goiás. Faz parte da Organização Jaime Câmara que opera com jornal (*O Popular*), rádios AM e FM e emissoras de televisão. Com a criação do Estado do Tocantins, se transformou na principal operadora de radiodifusão local. É afiliada à Rede Globo e não tem emissora na capital, Palmas. Suas emissoras estão na cidade de Araguaína e Gurupi. Na capital, a empresa mantém uma sucursal muito bem equipada.

#### **1.4 ANÁLISE DE CINEMA**

A produção de documentários para cinema e televisão, na região Norte, ganhou incentivo importante com o lançamento de concursos, especialmente no que se refere ao DOC TV, certame de projetos promovido pela Rede de Televisão Pública em parceria com outras instituições governamentais e privadas. Essa ação viabilizou o financiamento de projetos regionais para a realização de documentários para a rede de televisão educativa e cultural, sob a coordenação da TV Cultura - Fundação Pe. Anchieta (SP) e TVE RS - Fundação Piratini de Rádio e Televisão (RS).

Em 2005, a região Norte foi mostrada nas telas dos canais culturais em outubro, com a produção amazonense *A Próxima Refeição*, dirigido por Kleber Bechara, numa co-produção do diretor, TV Cultura do Amazonas, Amazon Film Productions e Fundação Pe. Anchieta.



Em novembro foi a vez dos produtores paraenses ocuparem a tela do canal da TV Cultura, com *A Descoberta da Amazônia pelos Turcos Encantados*, dirigido por Luiz Arnaldo Campos e co-produção com a Rádio Floresta, TV Cultura do Pará e Fundação Padre Anchieta.

O canal educativo paulista tem agendado outras exibições de documentários da região para o ano de 2006, realizados em 2005, como pode ser observado abaixo:

- Tocantins - *Tocantins - Rio Afogado*, de Hélio Brito e João Luiz Neiva Brito e *Cadê Porfirio*, de Hélio Brito;
- Pará - *O homem do balão extravagante ou as tribulações de um paraense que quase voou*, de Horário Higuchi e *Ertz Amazônia*, de Alan Rodrigues;
- Amapá - *Uma princesa negra na terra do marabaixo*, de Maria das Dores Araújo Prego;
- Amazonas - *A selva na selva*, de Luis Carlos Martins de Souza;
- Roraima - *Nenê Macaggi - Roraima entrelinhas*, de Elena Campo Fioretti
- Rondônia - *O Brasil que começa no rio*, de Beto Bertagna.

Quanto a filmes longas-metragens, na lista da Agência Nacional do Cinema (ANCINE, 2005) não aparece nenhum filme produzidos nos Estados do Norte. Em relação a possíveis produções de cunho estritamente regional, passando ao largo das secretarias estaduais e municipais, não foi encontrado nenhum registro de produção.<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> É preciso registrar que o Pará tem programado, para 2006, a quarta edição de seu festival de cinema, de abrangência latina.

## 1.5 DESCRIÇÃO SUMÁRIA DAS EMISSORAS

- Rádio e TV do Amazonas Ltda. - conglomerado de mídia que opera em toda a região Norte, coligada à Rede Globo de Televisão. O Grupo é controlado pelas famílias Daou e Margarito, e opera em rede de rádio, televisão e jornais, instalados nas capitais e interior de todos os estados da região. É deles também a operadora de satélite Amazonsat, que distribui sinais para todo o continente sul-americano. A Rede Amazônica está no Acre, Amapá, Amazonas, Roraima e Rondônia.
- Rede Boas Novas - Da Fundação Evangélica Boas Novas, ligada à Igreja Assembléia de Deus, a Rede Boas Novas está ligada à Rede Record e opera ainda com emissoras de rádio na região Norte. O grupo tem ainda a transmissão através do satélite, desde o final da década de 1990. A RBN TV está no Amazonas e Pará, mas atinge a região através do satélite.
- Rede União de Rádio e Televisão - Grupo da família Bardawil, a rede coligada à Rede Bandeirantes, está no Acre, Ceará e Brasília. Atua também através da transmissão pelo satélite, cobrindo as regiões Norte e Nordeste.

- TVs Cultura - Ligadas às fundações de cultura e comunicação estatais, as emissoras educativas integram o sistema de rádio e televisão destinado à valorização da educação e da cultura nacional. Estão, em sua maioria, coligadas à Fundação Pe. Anchieta - TV Cultura, de São Paulo e participam da Rede Brasil de TV. As TVs educativas estão no Acre, Amazonas e Pará.
- TV Gazeta - Rádio e Televisão Norte Ltda. Emissora independente, que opera com a Rede Record (de São Paulo), possui apenas a outorga de televisão no Acre.
- SBT Acre - A Sociedade Acreana de Comunicação Fronteira Ltda. é controlada pela família Assis, também opera na área de mídia impressa com o jornal O Rio Branco. É afiliada ao SBT.
- TV Rio Negro - Rádio e Televisão Rio Negro Ltda., - Integrante do Grupo Bandeirantes, opera, no Amazonas, apenas com televisão, pelo canal 13.
- TV Manaus - Sociedade Manauara Ltda. Pertence à família Hauache, que também opera com rádio FM. Está integrada à Rede Record ( São Paulo).

- TV A Crítica - A Televisão A Crítica Ltda. Pertence ao mesmo grupo do jornal A Crítica. O canal 4 (integrado ao SBT) faz parte do complexo midiático amazonense tradicional, controlado pela família Calderaro.
- Canal 24, Beija Flor Radiodifusão Ltda.- Emissora do Amapá controlada pela família Trindade Furtado que opera somente com televisão.
- TV Amazônia SBT , TV Amazônia Ltda. - Está sob controle da família Petrelli que tem ainda concessão de rádio FM. É retransmissora do SBT, pelo canal 13, no Amapá.
- TV Equatorial, Z Sistema Equatorial de Comunicações Ltda., - Sob comando da família Matos Costa, o Z Sistema Equatorial opera com rádios AM e FM no Estado do Amapá. A televisão, canal 8, integra a Rede Família.

- TV Nazaré - A Fundação Nazaré de Comunicação é um grupo independente, comandado pelas famílias Zico e Neder. Opera com televisão UHF (canal 30) e está conectada à Rede Vida no Pará.
- RBN TV -Rádio e Televisão Guajará Ltda., canal 4 - ver Rede Boas Novas.
- TV Marajoara - A Rádio e Televisão Marajoara Ltda. Faz parte de um grupo independente que opera apenas com televisão (canal 10), estando coligada à Rede Record no Pará.
- TV Liberal - A Televisão Liberal Ltda. faz parte do complexo de mídia paraense, que atua ainda no rádio e jornal. Pelo canal 7, retransmite a programação da Rede Globo. É controlado pela família Maiorana.
- TVSBT Belém – O canal 5 de Belém S.A. é o espólio da Rede Tupi de Televisão. A emissora é controlada pelo grupo Baú da Felicidade através do canal 5.

- TV Candelária – A Amazônia Cabo Ltda. é propriedade da família Daou (mesma da Rede Amazônica) que opera com a Rede Record através do canal 22 em Rondônia. O grupo também tem outorgas para emissoras de rádio AM e FM no Estado.
- RBN - A Rede Brasil Norte de Televisão Ltda. É controlada pelo grupo Simões e Pinheiro do Pará. O grupo também opera com estações de rádio AM e FM. Pelo canal 6, retransmite o SBT.
- TV Allamanda - O Sistema Meridional de Comunicação, grupo independente, opera apenas com emissora de televisão. O controle acionário é da família Villar Furtado e a TV Allamanda retransmite, pelo canal 13, a Rede Bandeirantes.
- SBT Roraima – A Rede Tropical de Comunicação Ltda. é controlada pelas famílias Cavalcanti, Castro e Reis. Trata-se de uma organização que também opera com estações de rádio FM. Pelo canal 10, exibe a programação do SBT (São Paulo).

- TV Ativa - emissora independente controlada pela a família Soares. Opera com sinal UHF, pelo canal 20, e integra a Rede Gazeta (São Paulo). Não possui outras outorgas.
- TV Imperial – A Sociedade Rádio Equatorial Ltda. de Roraima possui também outorga de emissora de rádio FM. É um grupo independente, controlado por Cavalcanti e Castro Barros. Em televisão, opera através do canal 6 e integra a Rede Record.
- TV Caburaí, canal 8 - Retransmissora da Rede Bandeirantes em Roraima.
- TV Jovem Palmas – A Boa Sorte Rádio e Televisão Ltda. é controlada pela família Ferreira. O grupo, independente, opera com rádio FM e televisão. Pelo canal 11, integra o SBT de Palmas.
- TV Cristal - Sistema de Comunicação Rio Bonito Ltda. Através do canal 5, a TV Cristal é coligada à Rede TV e opera de forma independente. Do mesmo grupo, a TV Lajeado, canal 2, é retransmissora da Rede Record no Tocantins.

- TV Anhanguera – Faz parte da Organização Jaime Câmara, grupo de mídia que tem sua base no estado de Goiás e opera com jornal (O Popular), rádios AM e FM e emissoras de televisão. Com a criação do Estado do Tocantins, se transformou na principal operadora de radiodifusão local. É afiliada à Rede Globo e não tem emissora na capital, Palmas. Suas emissoras estão nas cidades de Araguaína e Gurupi. Na capital, a empresa mantém uma sucursal bem equipada.



**Região Centro Oeste**

## 2.1 INTRODUÇÃO

Segundo o IBGE, a região Centro-Oeste é a segunda menos habitada do país com 12,5 milhões de habitantes. Ao analisar a cobertura de serviços e bens duráveis, é interessante observar que, diferentemente dos índices nacionais, no Centro-Oeste há mais domicílios com aparelho de televisão do que com energia elétrica e geladeira, como pode ser observado no gráfico. Considerando que o número de linhas telefônicas fixas instaladas é quase a metade do número de televisões e que a taxa de penetração da TV por assinatura não chega a atingir 10% dos municípios da região, a radiodifusão assume um grau de relevância na prestação de serviços de informação, educação e entretenimento superior ao de outras regiões nas quais a oferta dos serviços de comunicações é diversificada.

Entre os três Estados, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, e o Distrito Federal estão divididos 380 municípios. Goiás apresenta o maior índice populacional. São 5,1 milhões de habitantes espalhados em 200 municípios (IBGE, 2000); Mato Grosso tem 2,5 milhões de moradores divididos entre 102 municípios; Mato grosso tem 2,2 milhões de pessoas residindo em 76 municípios. No DF há dois municípios com 2,5 milhões de habitantes.

Serviços e bens duráveis	Brasil	Centro-Oeste	Distrito Federal	Goiás	Mato Grosso	Mato Grosso do Sul
Total	44.776.740	3.153.281	547.465	1.397.463	645.584	562.769
Coleta de lixo	35.430.289	2.579.121	526.778	1.135.552	462.894	453.897
Iluminação elétrica	42.331.817	3.020.374	545.709	1.357.686	578.473	538.506
Linha telefônica instalada	17.543.607	1.386.609	404.246	524.038	207.401	250.924
Forno de microondas	8.620.189	429.635	171.293	138.327	53.402	66.613
Geladeira ou freezer	37.361.071	2.735.302	516.370	1.196.844	529.671	492.417
Máquina de lavar roupa	14.715.859	808.112	240.178	222.418	174.332	171.184
Aparelho de ar condicionado	3.298.114	202.494	10.694	42.692	90.556	58.551
Rádio	39.351.595	2.664.114	498.740	1.178.801	505.759	480.815
Televisão	39.060.188	3.349.616	711.683	1.423.244	562.376	652.313
Videocassete	15.743.852	907.820	283.201	353.474	131.061	140.084
Microcomputador	4.727.212	289.975	128.244	84.455	36.524	40.752
Automóvel para uso particular	14.655.658	1.098.330	278.736	457.839	178.772	182.983

Quadro 39: Oferta de serviços e bens duráveis no Centro-Oeste  
Fonte: IBGE, 2000.

## 2.2 PANORAMA TELEVISIVO

Na Região Centro-Oeste foram verificadas 1137 outorgas de televisão distribuídas entre os cinco tipos de serviços oferecidos na região: 49 concessões de Radiodifusão de Sons e Imagens - geradoras, 1066 permissões Especial de Retransmissão de TV ( RTV), duas outorgas do serviço Especial de Televisão por Assinatura (TVA), 10 concessões de TV a Cabo, e, por fim, 12 permissões do serviço Especial de Distribuição de Sinais Multiponto/Multicanal (MMDS)<sup>138</sup>.

É importante ressaltar que as listagens de proprietários de radiodifusão oficiais não refletem com fidelidade o cenário observado. Há, na lista geral do ministério, clara urgência de atualização. Por exemplo, Pedro Affonso Collor de Mello, falecido em 1994, ainda figura nos quadros de sócios da Rádio Clube de Alagoas LTDA, detentora de duas outorgas de FM; da Rádio Gazeta de Alagoas LTDA, detentora de uma outorga de OM; e da TV Gazeta de Alagoas LTDA sem a indicação (ESP) para ser referir ao espólio de sócio ou diretor falecido. Por outro lado, a recente aprovação da possibilidade de pessoas jurídicas serem proprietárias de outorgas já foi incorporada, pois todas estas empresas têm a TV Gazeta de Alagoas LTDA como uma de suas sócias.

Quem se interessa em ter uma idéia, mesmo que vaga, da estrutura de distribuição da televisão aberta no país tem de lidar com um enigma similar aos enfrentados pelas personagens de literatura policial. Tomemos o exemplo da cidade de Cuiabá (MS): uma

---

<sup>138</sup> Na Região Centro-Oeste, a coordenadora regional disponibilizou dados de outorgas. Embora este levantamento não se encontre no corpo do relatório, está disponível para futuras pesquisas e estudos.

consulta ao sistema Siscom<sup>139</sup> sobre as retransmissoras disponíveis na cidade, exceto por duas outorgas, temos 12 outras retransmissoras sem identificação de endereço.

Localidade	Razão Social	Endereço de Correspondência
Cuiabá	ABRIL RADIODIFUSAO S/A	
Cuiabá	FUNDACAO CASPER LIBERO	
Cuiabá	FUNDACAO JOAO PAULO II	
Cuiabá	FUNDACAO NAZARE DE COMUNICACAO	
Cuiabá	FUNDACAO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO	
Cuiabá	REDE MUNDIAL RADIO E TELEVISAO LTDA	
Cuiabá	SENADO FEDERAL	
Cuiabá	TELEVISAO CIDADE MODELO LTDA	
Cuiabá	TELEVISAO INDEPENDENTE DE SAO JOSE DO RIO PRETO LTDA	
Cuiabá	TELEVISAO NOVA AMAZONIA LTDA	
Cuiabá	TELEVISAO RONDON LTDA	
Cuiabá	RVO A VOZ D'OESTE COMUNICACOES LTDA	RUA ZULMIRA CANAVARROS 285 <sup>a</sup>
Cuiabá	FUNDACAO EVANGELICA BOAS NOVAS	RUA OSWALDO GOES,18 Manaus

Quadro 40: Informações no SISCOM sobre outorgas de RTV em Cuiabá-MT

Fonte: Anatel, 2006.

Da mesma forma, algumas das geradoras educativas outorgadas nos últimos anos aparecem nas listas do Ministério sem identificação dos dirigentes, ou, em outros casos, nem figuram das listas. Também não há informações oficiais claras para todas as outorgas de RTV em relação não apenas à propriedade, mas também à afiliação e programação<sup>140</sup>.

Quanto a oferta de televisão por assinatura ainda é muito precária na região. Praticamente não há concorrência entre operadoras e a oferta de programação local é mínima.

<sup>139</sup> Sistema de comunicação de Massa da Anatel.

<sup>140</sup> Para se chegar a um quadro minimamente satisfatório do universo da televisão aberta, foi criado um banco de dados a partir do cruzamento entre os dados do Siscom, das listas do Ministério, da varredura dos principais jornais nacionais e regionais disponíveis *online* e das informações dadas pelas redes de TV. Foram também realizadas buscas através da ferramenta Google com todas as razões sociais disponíveis no sistema SISCOM, os nomes fantasia oferecidos pelas redes, bem como com todos os nomes de proprietários que figuraram em quaisquer das listas disponíveis.

Para atender às obrigações de oferta de canais básicos – comunitários, universitários, legislativos – os canais e as empresas adotam a estratégia de parcerias entre si para prover programação constante. São comuns horários vagos e são raras as grades de programação claras e consistentes. Nota-se inclusive uma diminuição da produção local oferecida exclusivamente por assinatura em algumas cidades, como é o caso das TVs Comunitárias de Brasília e Goiás que praticamente só retransmitem programação de outras emissoras.

Outro exemplo das dificuldades da programação local por assinatura pode ser encontrado no estado do Mato Grosso. Uma das notícias mais festejadas do setor na região 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<sup>141</sup>.

Também as vencedoras das licitações para a operação dos serviços encontram dificuldades: oito outorgas de Cabo ou MMDS encontram-se extintas ou em instalação na região há mais de cinco anos. A justificativa comercial em oposição à ausência de políticas públicas que privilegiassem a diversidade da oferta de serviços de comunicação repete-se também na estrutura física da oferta dos serviços de TV por assinatura no Centro-Oeste, conforme podemos ver nos quadros abaixo.

---

<sup>141</sup> Segundo declaração do prefeito Wilson Santos ao portal IGNEWS “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” (IGNEWS, 2005).

	Apenas MMDS						Apenas TVC						Atendido por MMDS e TVC					
	mun	%	pop	%	dom	%	mun	%	pop	%	dom	%	mun	%	Pop	%	dom	%
<b>Total região</b>	15	3,2	815.861	4,9	258.870	6,8	6	1,3	785.802	4,7	251.111	6,6	6	1,3	4.452.711	26,9	1.410.284	37,1
<b>DF</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	5,3	1.954.442	95,7	599.162	94,9
<b>GO</b>	11	4,5	678.034	6,8	216.851	12,8	3	1,2	443.421	4,5	143.795	8,5	1	0,4	1.083.396	10,9	359.370	21,2
<b>MS</b>	3	3,9	70.182	3,4	22.392	3,3	1	1,3	149.679	7,2	47.318	7	2	2,6	728.392	35,1	237.626	34,9
<b>MT</b>	1	0,8	67.645	2,7	19.627	2,5	2	1,6	192.702	7,7	59.998	7,6	2	1,6	686.481	27,5	214.126	27

Quadro 41: Oferta de serviços de televisão por assinatura no Centro-Oeste

Fonte: Anatel, 2006a.

	MMDS		CABO		TVA	
<b>DF</b>	MAIS TV	BRASÍLIA	NET BRASÍLIA	BRASÍLIA	SISTEMA DE COMUNICAÇÃO QUARTO PODER LTDA	BRASÍLIA
					RBC - REDE BRASILIENSE DE COMUNICAÇÃO	BRASÍLIA
<b>GO</b>	MAIS TV	GOIÂNIA	NET ANÁPOLIS	ANAPOLIS		
			INA TELECOM	CATALAO		
			NET GOIÂNIA	GOIANIA		
			RTV SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES	RIO VERDE		
<b>MT</b>	J E J TV POR ASSINATURA	SINOP	MULTICABO TELEVISÃO	CUIABA		
			ADELPHIA COMUNICAÇÕES	RONDONOPOLIS		
			TECH CABLE DO BRASIL	TANGARA DA SERRA		
			MULTICABO TELEVISÃO	VARZEA GRANDE		
<b>MS</b>	TV MAIS	NAVIRAI	NET CAMPO GRANDE	CAMPO GRANDE		
			ADELPHIA COMUNICAÇÕES	DOURADOS		

Quadro 42: Empresas de TV por Assinatura em Operação no Centro-Oeste

Fonte: Anatel, 2006b: 29-33.

O projeto dos governos militares de fazer a televisão aberta chegar a todos os pontos do país transformou o Estado em importante distribuidor destes sinais. O serviço de retransmissão de TV é o primordial facilitador deste objetivo, especialmente nas localidades onde o interesse comercial em explorar radiodifusão de sons e imagens é inexistente. Regulamentada pela primeira vez em 1978, pelo Dec. 81.600 de 25 de abril, a retransmissão de televisão não se insere no mesmo processo de licitações previsto para a radiodifusão.

As permissões são concedidas diretamente por portarias do Ministério das Comunicações e têm caráter precário, com prazo indeterminado para a extinção. O Ministério pode, a qualquer momento, cancelar as permissões ou mantê-las *ad infinitum* sem ser necessário que elas passem por qualquer processo de avaliação do serviço como requisito para a renovação das outorgas.

Este serviço teve alterações significativas em 1988<sup>142</sup>. O Dec. 96.291 e, logo após, a Portaria 93, de 1989, estabeleceram uma nova categoria, as retransmissoras mistas - educativas e em fronteiras de desenvolvimento do país - que poderiam inserir programação local, geradas por elas próprias, em até 15% do total. Esta alteração agregou um atrativo político ao serviço de retransmissão educativa. Como era previsível, em pouco tempo começaram a aparecer fundações e associações controladas por vereadores e deputados em várias partes do país.

Em 1998, estas chamadas retransmissoras mistas foram extintas pelo Dec. 2.593, de 15 de maio. Estas permissionárias tinham o prazo de dois anos para adaptarem-se às novas

---

<sup>142</sup> Nesse ínterim, normas complementares foram sendo expedidas através dos seguintes decretos: nº 84.064, de 08 de outubro de 1979; nº 84.854, de 12 de julho de 1980; 87.074, de 31 de março de 1982.

regras, porém, o governo voltou atrás antes do prazo extinguir. Como conta o editorial da revista Tela Viva,

Os permissionários ganharam uma sobrevida, nada isonômica, com a publicação do Decreto nº 3.451 (09/05/2000). Tanto as retransmissoras educativas quanto as microgeradoras poderão funcionar nas mesmas condições atuais até que uma geradora se instale na mesma praça ou poderão solicitar a transferência do canal para o Plano Básico de TV, isto é, poderão transformar-se em geradoras. E aí mora a grande distorção. Lembro que ambas não precisaram enfrentar a tramitação no Congresso (e atualmente os processos licitatórios) obrigatória para uma concessão comercial, pois as permissões foram dadas pelo Ministério das Comunicações. A maioria das RTVs educativas está instalada em regiões de alta densidade populacional, onde já existem emissoras comerciais. Como a legislação aplicável aos serviços de radiodifusão educativa não prevê o lançamento de editais para a concessão dos canais, os atuais permissionários ganharão sem concorrência a frequência que ocupam no espectro (FALGENATO, 2000).

A participação das prefeituras municipais neste serviço é representativa. Dos 5.561 municípios brasileiros, 1.676 têm retransmissoras outorgadas às prefeituras. Com isso, os números alcançam a casa das 3.341 outorgas de RTV nas mãos de prefeituras.

	<b>Quantidade</b>	<b>% do total</b>
<b>Região</b>	330	30,9%
<b>DF</b>	-	-
<b>GO</b>	161	32,4%
<b>MT</b>	33	11,07%
<b>MS</b>	136	55,2%

Quadro 43: Retransmissoras ligadas às Prefeituras Municipais no Centro-Oeste



Dentre as 330 permissões de RTV concedidas à prefeituras na região 33 encontram-se na área onde são permitidas as RTVs mistas<sup>143</sup>. Mas não é possível afirmar que apenas 10% do total de retransmissoras das prefeituras geram programação própria. Em Cuiabá, como veremos adiante, alguns canais comerciais usam a idéia de RTV mista para produzir programação própria. Não é mera coincidência a cidade de Cuiabá ser a capital da região com mais outorgas de RTV.

Embora efetivamente a maioria das RTVs seja usada apenas para fazer chegar o sinal das grandes redes às pequenas cidades do país, há uma parcela, impossível de precisar, que atua na ilegalidade. Amparadas pelo parco conhecimento público de suas limitações e pelas dificuldades operacionais para fiscalizar todo este rol de estações, algumas prefeituras fazem das retransmissoras seus porta-vozes sem serem incomodadas pelo poder federal. Como declarou, em entrevista ao *Correio Braziliense*, um dos membros titulares da Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática (CCTCI) da Câmara dos Deputados, deputado Walter Pinheiro (PT/BA), a chance de uma emissora dessas ser punida por causa do conteúdo de sua programação é próxima a zero (COSTA, BRENER, 1997).

Na série de reportagens, reproduzidas na versão *online* do Observatório da Imprensa, Sylvio Costa e Jayme Brener detalham algumas situações nas quais o poder federal beneficia prefeituras dos partidos aliados, ou as prefeituras fazem doações de terrenos a retransmissoras educativas ou mistas controladas por aliados dos prefeitos, ou, ainda, as prefeituras desligam os equipamentos de transmissão quando as geradoras estão exibindo programação que prejudica os interesses locais. Neste cenário a produção regional não raras vezes funciona

---

<sup>143</sup> Estas RTVs são permitidas na região da Amazônia Legal que engloba: Acre, Amazonas, Amapá, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Roraima, Rondônia e Tocantins.

como uma espécie de palanque eleitoral, reforçando a existência do chamado coronelismo eletrônico <sup>144</sup>.

Outro ambiente que vem assumindo relevância na propriedade de televisão brasileira é o crescimento das redes religiosas, como pode ser observado no capítulo sobre TVs abertas. No Centro-Oeste o destaque fica por conta de duas geradoras que funcionam de forma semelhante a cabeças-de-rede dos canais TV Gênesis e RIT, que têm produção audiovisual.

Em relação à concentração da propriedade, embora existam alguns grupos mais expressivos que outros, ela não se observa como uma tônica regional. As emissoras são relativamente bem distribuídas embora ocorra duplicidade na propriedade de canais em duas das quatro capitais acompanhadas. As principais redes nacionais de televisão são retransmitidas na região como podemos ver no quadro abaixo.

## **2.3 APRESENTAÇÃO DAS EMISSORAS**

### **2.3.1 Distrito Federal**

Embora a função central das principais emissoras do Distrito Federal seja fornecer conteúdo jornalístico para as cabeças-de-rede especificamente de natureza política, este estado é o que oferece maior quantidade de programação de entretenimento na região. Esta situação pode ser melhor observada no quadro abaixo:

---

<sup>144</sup> Em outras oportunidades já detalhamos as relações de clientelismo político e coronelismo na história da radiodifusão brasileira (Santos; Capparelli, 2005).

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
SBT DF	Não			
TV União	Não			
TV Justiça	Não			
TV Apoio	Hip Hop na tela	musical	Sábado	13h
TV Globo	Não			
TV Bandeirantes	Temperando a Vida	Culinária	Seg. a Sex.	12h55min
	Terra Sertaneja	Música Regional	Sábado	22h30min
TV Capital	Brasil Caipira	Música Regional	Domingo	09h
	Território Candango	Entrevistas com personalidades locais	Sábado	11h
	Acesso Livre com Todi Moreno	Programa de Variedades para um público jovem.	Sábado	12h30min
TV Brasília	Turbinado	Programa de Música, <i>Clips</i> Pop Locais, Nacionais e Internacionais.	Seg. a Sex.	12h
			Sábado	11h30min
	Conteúdo	Programa de Música, <i>Clips</i> Pop pedidos pelos telespectadores, entrevistas, dicas culturais	Seg. a Sex.	16h
	Alta Frequência	Programa de Música - <i>Clips</i>	Domingo	11h
	Som Daqui	Shows e entrevistas com músicos locais	Sábado	15h
	Brasília Animada	Programa infantil, desenhos animados, importados	Seg. a Sex.	8h30min
			Sábado	9h
	Beleza em Foco	Programa sobre estética, tendências da moda, decoração.	Seg. a Sex.	11h40min
	Mônica Nóbrega	Programa de Variedades	Seg. a Sex.	10h
	Ponto de Encontro	Colunismo Social eletrônico	Qua. a Sex.	0h15min
	Art Mix	Programa sobre artes e artesanato	Sábado	16h
	Porteira Aberta	Programa de variedades referente ao cenário rural	Domingo	10h30min
	Brasília na TV	Programa de variedades sobre Brasília	Domingo	12h
Festas e Noivas	Variedades referentes ao universo das comemorações e cerimônias de casamento	Domingo	13h	

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Gênesis	Conexão Gospel	Músicas Religiosas, Shows	Segunda	20h30min
			Qua., Qui, Sáb. Dom. (Reprises)	Vários
	Música Viva	Músicas Religiosas	Domingo	16h30min
			Seg., Qui., Sex., Sáb. (Reprises)	Vários
	Gênesis Disco Club	Músicas Religiosas	Sábados	17h
	Plantão Musical	Programa de Variedades, shows, entrevistas	Seg. a Sex.	15h
			Sábado	17h
	Clubinho Gênesis	Histórias Religiosas para Crianças	Seg. a Qua.	09:30min.
			Seg. a Sex. e Dom.	14h
	Shalom Criança	Programa de auditório infantil	Sexta	13h 20h (Reprise)
			Sábado	10h30min
	Programa de Família	Programa de Variedades, culinária, saúde, decoração	Seg., Ter., Qui., Sex.	10h
	Retalho	Programa de Jovens discutindo assuntos gerais	Seg. a Sex.	17h30min
			Seg., Qua., Qui., Sex. (reprises)	Vários
Vivendo em Plenitude	Programa de Comportamento, Saúde, psicologia, moda, lazer, fitness etc.	Seg. e Sex.	19h30min	
		Qui. e Sáb. (reprises)	Vários	
TV Câmara	Talentos	Musical, shows	Seg.	22h30min
			Sáb., Dom. (reprises)	Vários
	Vídeos Reprise	Curta-metragens	Seg., Ter., Dom.	Vários
	Curtas na TV	Curta-metragens	Sex.	23h30min
			Seg. a Dom. (reprises)	Vários
Sintonia	Programa de Entrevistas com personalidades do mundo cultural	Segunda	20h	
TV Comunitária	Afirmção	Variedades culturais	Terça	19h
	Cidade Aberta	Entrevistas	Quinta	19h
TV Nacional	Doc TV	Documentários	Quinta	21h
TV Senado	Conversa de Músico	Show, entrevistas musicais	Segunda	19h
			Sex. a Dom. (reprises)	Vários
	Quem tem medo da música clássica?	Musicais	Sexta	24h
			Sábado e Domingo (reprises)	Vários
	Senado Documento	Documentários	Segunda	9h30min
			Sex. a Dom. (reprises)	Vários
	Leituras	Programa cultural	Sexta	20h
			Seg. a Dom. (reprises)	Vários
Cores do Brasil	Programa de Variedades	Seg. a Sex.	7h	
		Seg. a Dom.	Vários	

Quadro 44: Emissoras e programas de entretenimento do DF

## **Emissoras de Brasília-DF**

### 1. Rede Globo

Sua outorga é 1962. Pertence à própria Rede Globo que também tem em Brasília outorgas de rádio. A produção desta praça se resume às duas edições diárias de telejornalismo (DFTV e Bom Dia DF). A emissora tem como função principal oferecer conteúdo jornalístico para a cabeça-de-rede.

Embora apresente 7% de programação produzida localmente, a Rede Globo de Brasília é especializada em jornalismo político.

Não foi possível estabelecer comparação com os dados publicados na revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local porque a Rede Globo DF não foi incluída naquele levantamento.

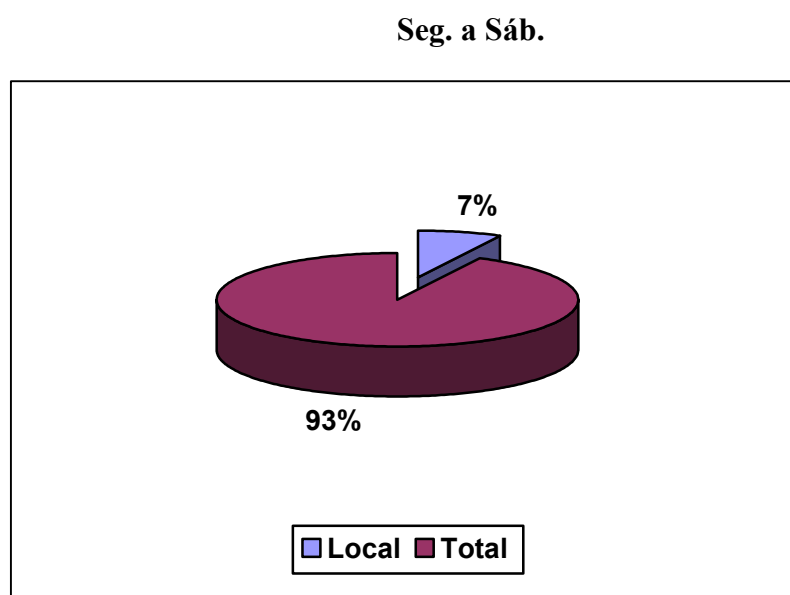


Gráfico 17: Distribuição da produção da TV Globo DF

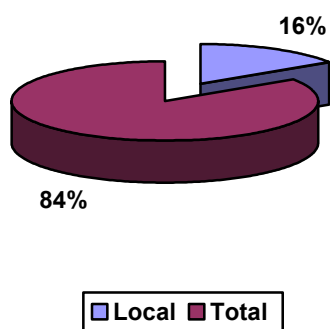
## 2. TV Capital

Foi comprada pela Record em maio de 1996 por US\$ 9 milhões. Pertencia ao ex-deputado federal Edevaldo Alves da Silva. (Lobato, 1996). A produção local nos dias úteis se resume a programas de telejornalismo informativo e esportivo, como é o caso de *Esporte Record DF*, *Fala Brasília* e *Informe DF*. Aos sábados são exibidos os programas de entretenimento *Cafezinho com Henrique Chaves*, *Território Candango*, *Acesso Livre com Tody Moreno*, além do jornalístico *Informe DF*. Aos domingos a praça transmite o formato de entretenimento *Brasil Caipira*.

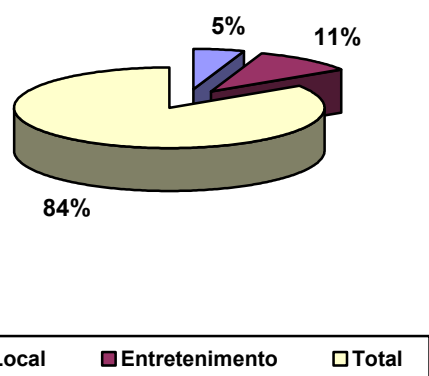
A emissora apresenta 16% de produção local durante a semana, sendo que 11% é dedicada a programas de entretenimento. No domingo, esse percentual cai para 10%.

Não foi possível estabelecer comparação com os dados publicados na revista *Meio & Mensagem* de 1999 sobre produção local porque a TV Capital não foi incluída naquele levantamento.

**Seg. a sex.**



**Sábado**



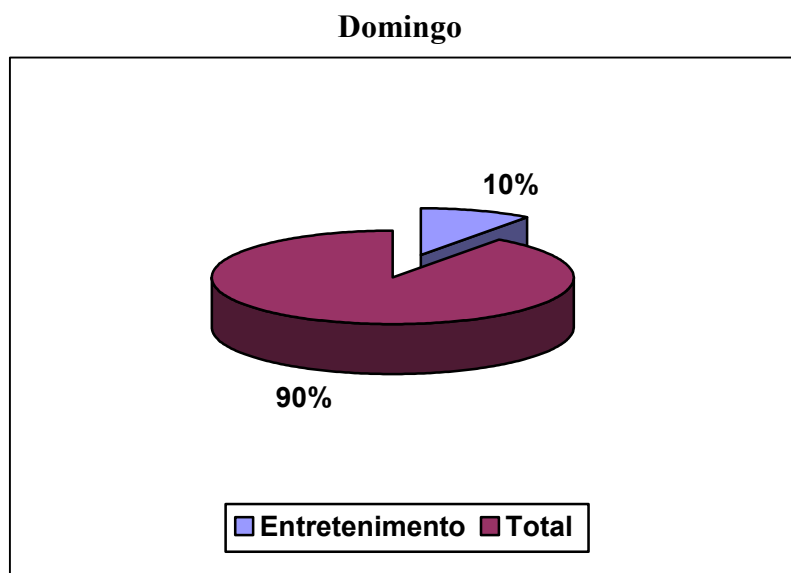


Gráfico 18: Distribuição da produção da TV Capital DF

### 3. SBT Brasília

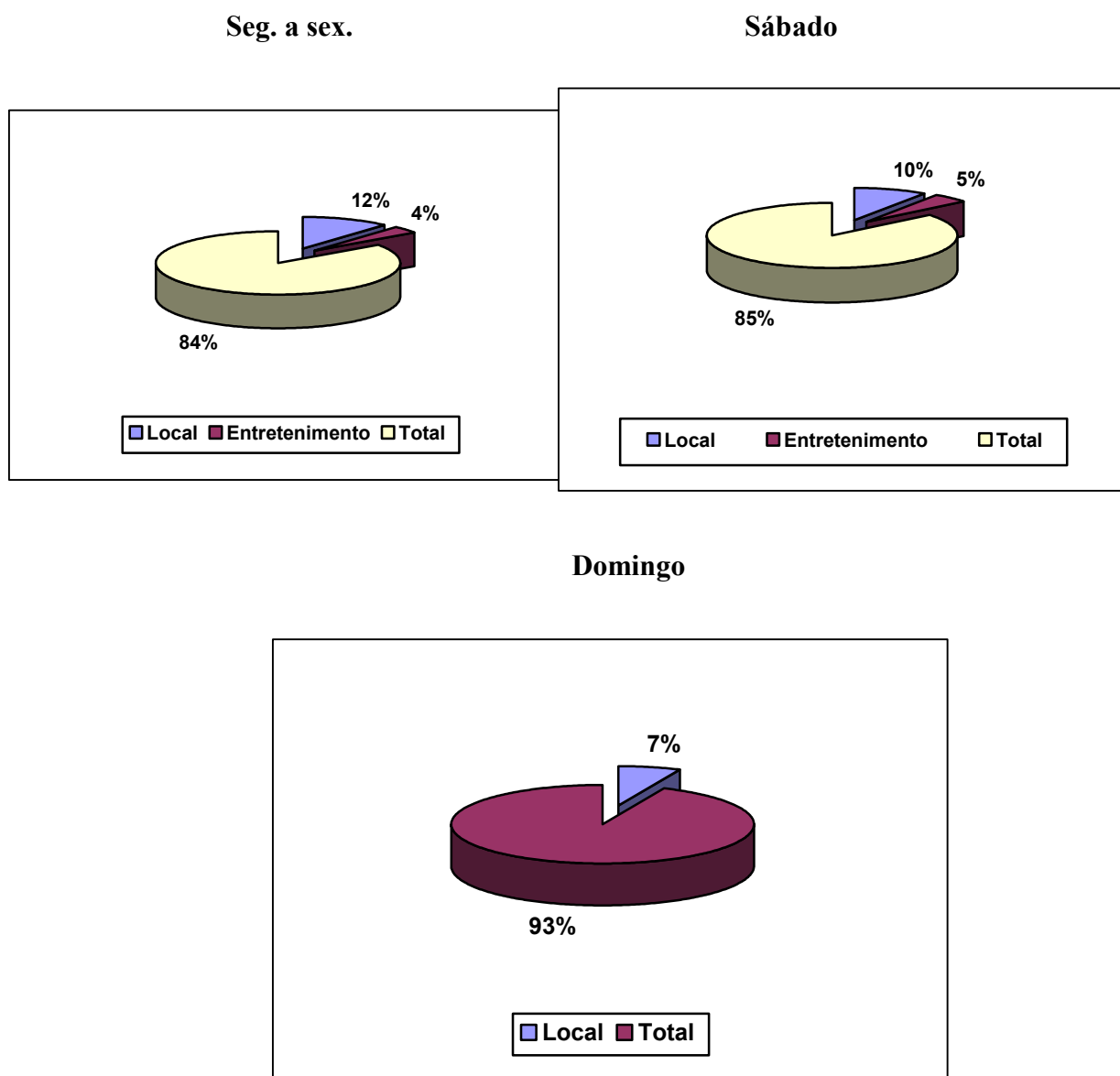
A emissora começou a funcionar em 1986. O próprio Silvio Santos é o maior acionista da empresa que não apresenta produção local em Brasília.

Não foi possível estabelecer comparação com os dados publicados na revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local porque a praça DF não foi incluída.

### 4. BAND DF

Pertence à própria Rede Bandeirantes que também possui também rádio na cidade. Produz vários programas locais, como o *Band Cidade* (duas edições), *Temperando a vida*, *Direto de Brasília*, *Marcelinho Carioca*, *Band Cidade*, *Terra Sertaneja* e *Icesp Cidade*. Mas mesmo possuindo programação local, é baixo o índice de programas de entretenimento que não chegam a 8% durante a semana.

Observou-se um crescimento 86% em comparação ao levantamento realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 quando a emissora produzia apenas o jornalístico *Brasília Urgente*. Este programa agora é exibido pela TV Brasília.





## 5. TV Brasília

Pertencia aos Diários Associados e retransmitia a Manchete desde os anos 80, mas sua outorga data de 1960. Em 2001 foi comprada pelo senador Paulo Octávio (PFL/DF) retransmitiu a Rede TV! Até 2003. Atualmente é afiliada à Rede 21, que por sua vez pertence a Rede Bandeirantes. É o canal aberto com maior produção local na televisão aberta da região Centro-Oeste. As Organizações Paulo Octávio atuam no setor imobiliário, e, na mídia, possuem também agência de publicidade e duas emissoras de rádio FM (JK FM e Band FM).

A emissora produz localmente os seguintes programas: *Acorda Brasília, Brasília Animada, Mônica Nóbrega, Beleza em foco, Turbinado, Jornal local* (duas edições), *Brasília Urgente* -antes retransmitido pela Band (M&M, 2005); *Conteúdo; Emprego e Educação; Falando Sério; Ponto de Encontro; Autogiro; Jornal de Sábado; Questão de Segurança; Debate Capital; Som Daqui Pagode; Art Mix; Tempos Modernos; Via Brasília; Idéia; Debate Capital; Porteira Aberta; Alta Frequência; Brasília na TV; Festas e Noivas; BSB Esporte e Programa de Brasília.*

A TV Brasília leva ao ar 16% de programação local durante a semana, mas esse percentual oscila entre 9% e 14% no fim-de-semana.

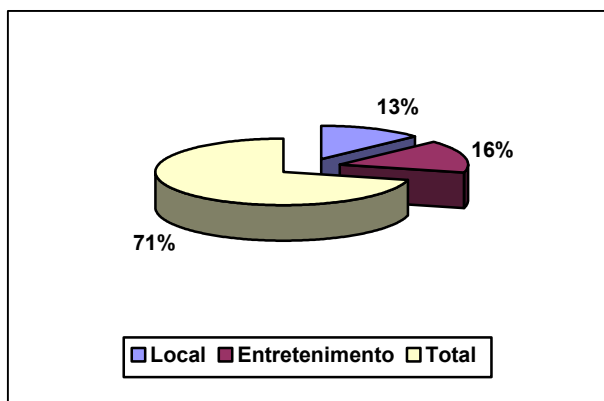
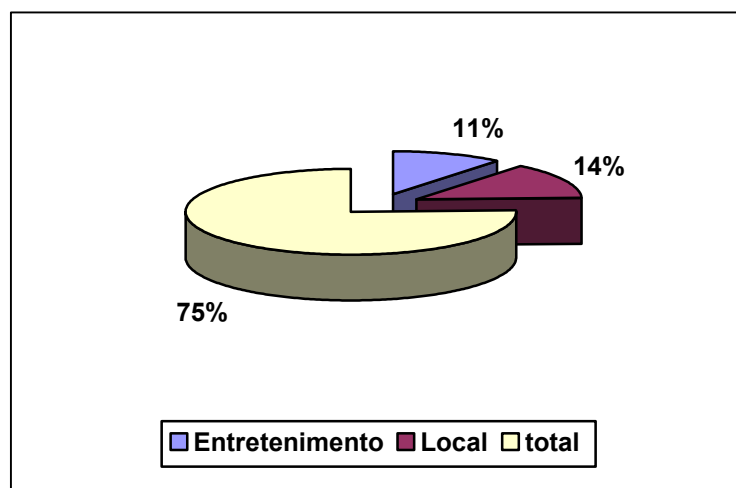
**Seg. a Sex.****Sábado****Domingo**

Gráfico 20: Distribuição da produção da TV Brasília DF

**6. TV Gênese**

Pertence à igreja Sara Nossa Terra, fundada em 1980 por Robson Rodorvalho. A outorga deste canal educativo foi dada em 2000. O sinal está nas principais capitais através da programação por assinatura, tendo outorgas de UHF educativas em Fortaleza, Brasília, Goiânia, São Luis, Lavras-MG, Campo Grande, Belém, Recife, Lençóis Paulista, Sorocaba. Em VHF é retransmitida em Mossoró-RN. E, por fim, tem retransmissão no Paraguai na

cidade de Pedro Juan Cavallero, pela operadora Tele Gosi. Sua produção é eminentemente religiosa.

Na categoria entretenimento possui nove programas. São eles os musicais *Conexão Gospel*, *Música Viva*, *Gênesis Disco Club* e *Plantão Musical*. Há também os infantis *Clubinho Gênesis* e *Shalom Criança*. E os programas de variedades *Programa de Família*, *Retalho* e *Vivendo em Plenitude*. A emissora religiosa tem uma média de 13,5% de programação local de entretenimento durante a semana, percentual que cai para 6% no domingo.

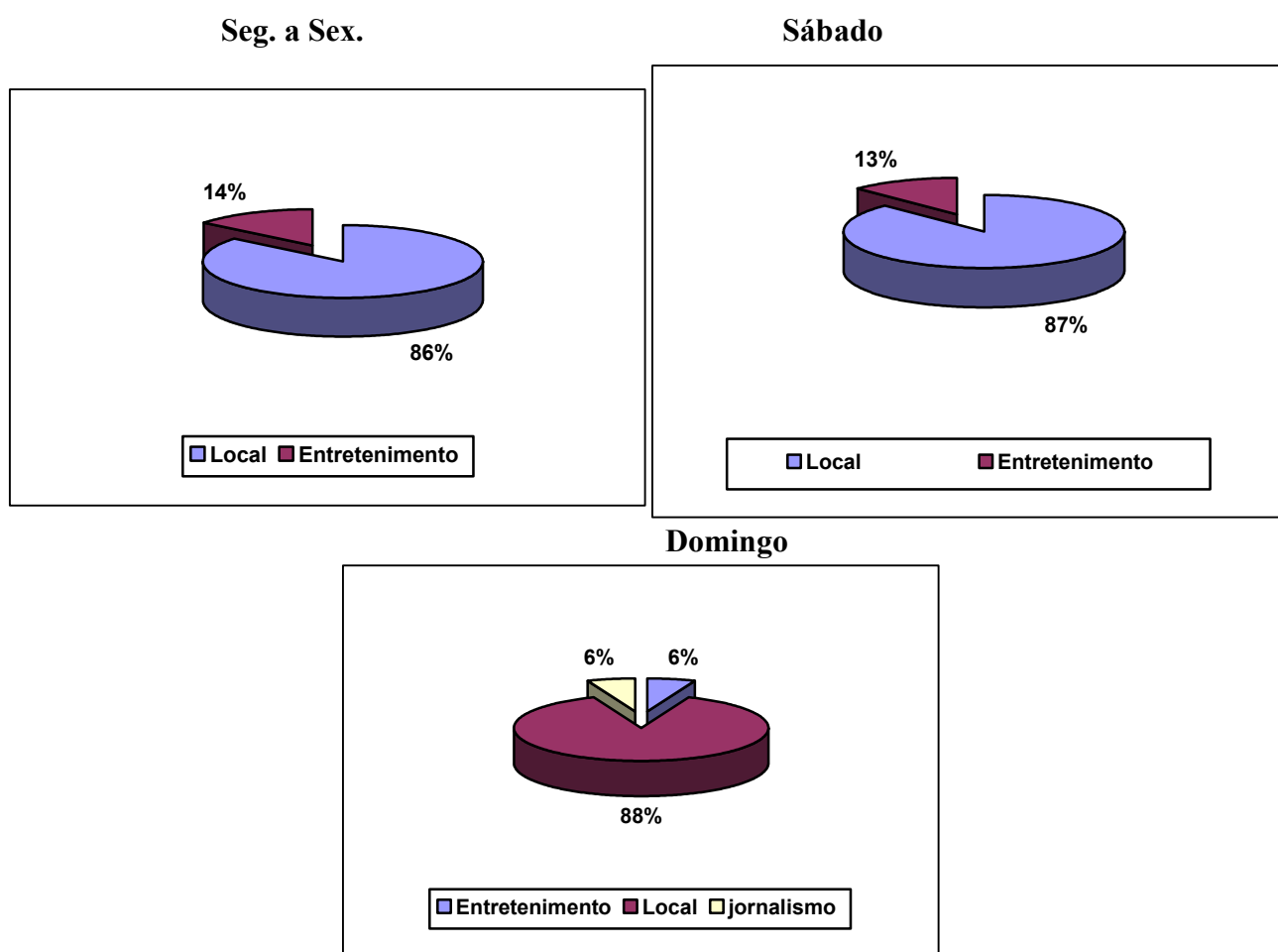


Gráfico 21: Distribuição da produção da TV Gênesis DF

## 7. TV União

Segundo o site<sup>145</sup> da emissora, a Rede União foi fundada em agosto de 1988 em Rio Branco (Acre) retransmitindo o sinal da Rede Bandeirantes pelo canal 13. Dois anos depois de sua instalação já tinha mais sete emissoras instaladas nos principais municípios além da capital. Na década seguinte, a TV União ganhou licitações de RTV em vários estados e hoje o grupo possui a emissora independente canal 17 UHF e 21 NET, em Fortaleza (CE), tem suas emissoras próprias em Brasília (DF) - canal 56 UHF, Rio Branco (Acre) canal 13 UHF, além de contar com parceiros em outros estados no Brasil para retransmissão em canal aberto. A TV União chega via satélite para as três Américas e parte da Europa. O grupo tem ainda uma estação de Rádio FM em Rio Branco (Acre).

A empresa não tem produção local; apenas retransmite a programação de Fortaleza.

## 8. TV Apoio

Teve início em 1990 como canal fechado. Em 2001 ganhou a concessão para operar em UHF. O diretor da TV Apoio, Francisco Maia Farias, é também proprietário da Apoio Editora Multimídia, gráfica especializada em impressos estatais e edita a revista Lista de Autoridades Governamentais (LAG), uma publicação bimestral. A emissora transmite uma seleção de material de outras redes educativas como TV Senac-SP, Rede Minas-MG e TV Gazeta-SP. Em Brasília, produz apenas um programa: o formato musical *Hip Hop na Tela*.

A programação de entretenimento representa apenas 8% da grade da TV Apoio.

---

<sup>145</sup> Acesso em fev de 2006 [www.tvuniao.com.br](http://www.tvuniao.com.br).

### Sábado

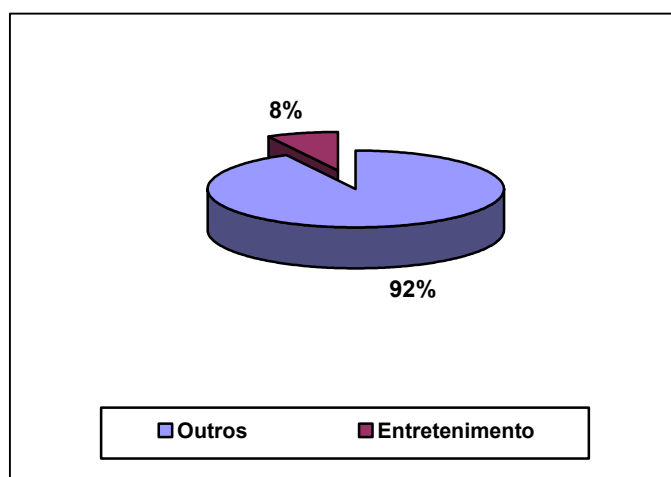


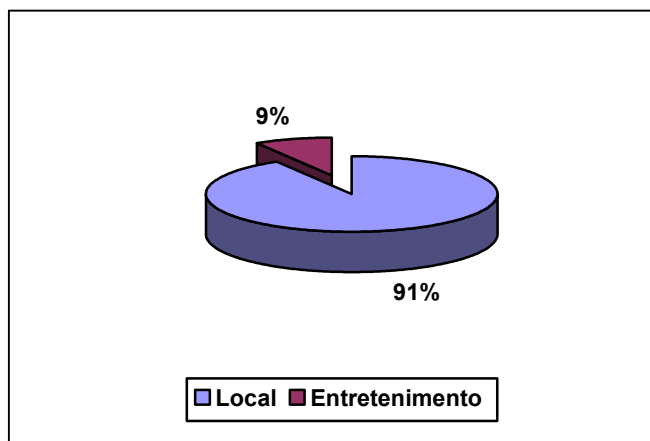
Gráfico 22: Distribuição da produção da TV Apoio DF

## 9. TV Câmara

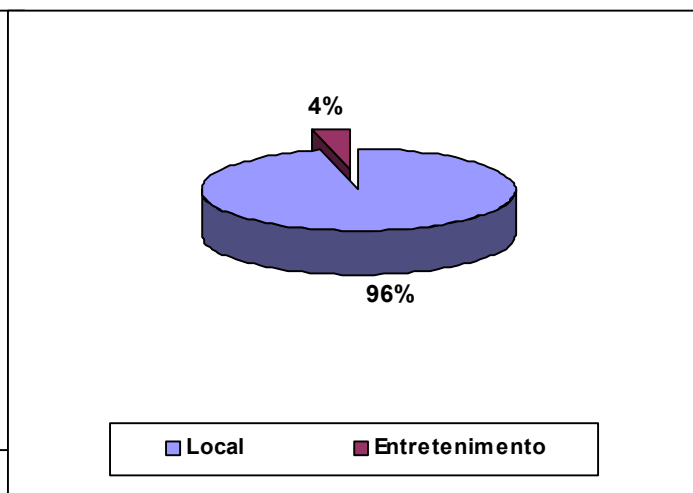
Criada em 1998, a TV Câmara transmite as principais sessões da Câmara dos Deputados e também produz cinco programas jornalísticos (*Primeira Página, Câmara Hoje, Bastidores, Por Dentro das Comissões e Bolso do Cidadão*), cinco programas culturais semanais (*Sintonia, Curtas na TV, Talentos, Sempre um Papo e Idade em Ação*), além de documentários especiais, programas semanais de entrevistas e debates e programas educativos.

Embora sua programação seja basicamente local, é pouco o espaço reservado que a TV Apoio dá à categoria entretenimento, que aparece em 9% da programação durante a semana e ganha apenas 4% da programação do sábado. No domingo, a programação de entretenimento cresce para 8%.

**Seg. a Sex.**



**Sábado**



**Domingo**

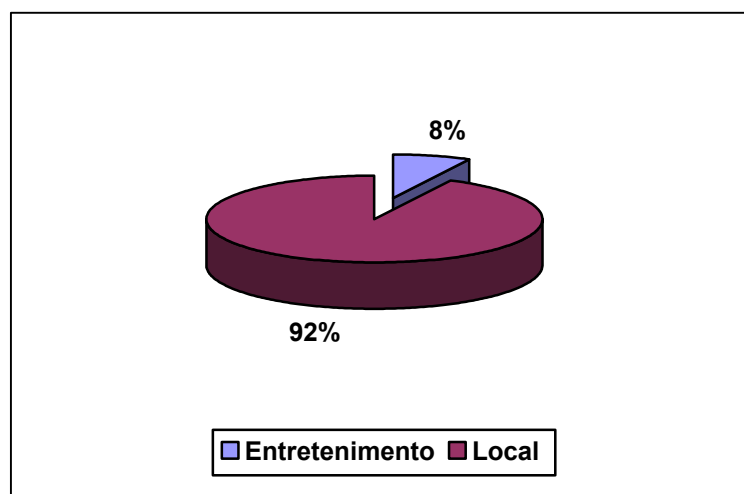


Gráfico 23: Distribuição da produção da TV Câmara DF

## 10. Canal Comunitário DF

O Canal comunitário começou suas atividades em 1997 e retransmite a produção de outros canais como a TVE de estados como o Rio Grande do Sul, São Paulo e Paraná, a

programação da Legião da Boa vontade (LBV) e da União Planetária e Teosófica. Aos domingos, transmite a TV Sul (América Latina). A grade fornecida é genérica, sem especificar os horários das programações. Neste caso, observou-se diretamente o canal não sendo possível estabelecer uma porcentagem exata da produção de entretenimento em relação ao restante dos programas.

### 11. TV Nacional

De acordo com a Radiobrás (2005), a TV Nacional - Canal 2 é responsável pela cobertura televisiva de eventos no âmbito do Poder Executivo, fornecendo noticiário sobre os principais acontecimentos nas esferas dos Poderes Legislativo e Judiciário. A emissora gera, grava e distribui imagens, disponibilizando-as, via satélite, para redes nacionais e internacionais.

A TV Nacional também retransmite a programação da TV Educativa Brasil, especializada em programas educacionais, culturais, noticiários, documentários e vídeos institucionais. A programação jornalística da TV Nacional inclui noticiários nacionais e internacionais completos e abrangentes, assim como boletins de notícias locais.

Com 10% da programação dedicada a programas locais, apenas 3% pertencem ao formato entretenimento.

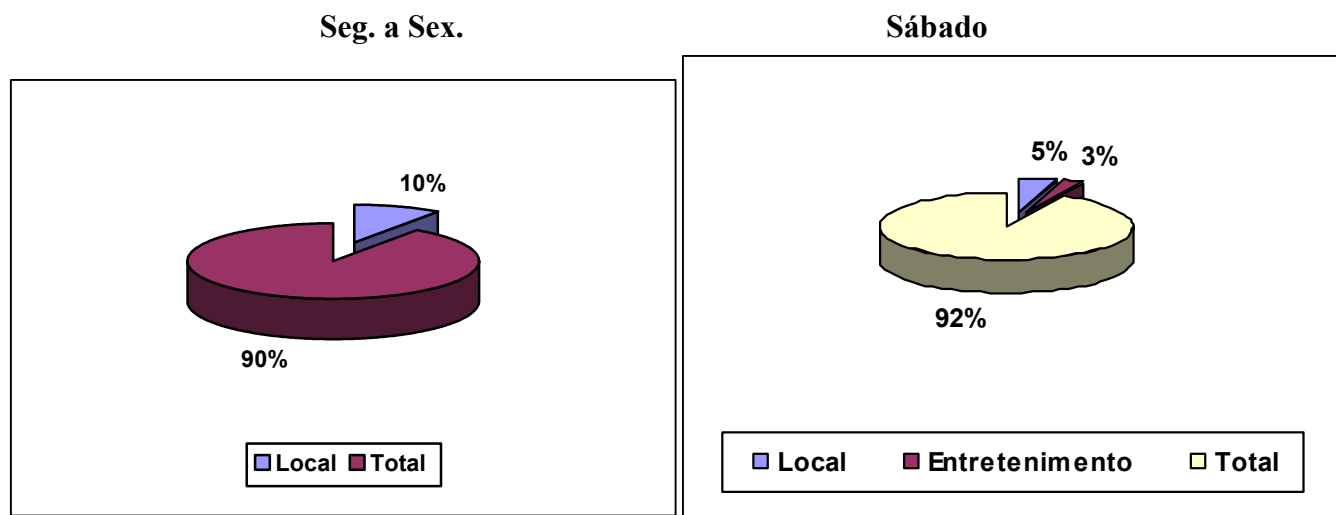


Gráfico 24: Distribuição da produção da TV Nacional DF

## 12. TV Senado

A TV Senado foi criada no dia 5 de fevereiro de 1996, pelo Senador José Sarney, então presidente do Senado, com base na [Lei 8.977/95](#), a primeira norma legal a abrir a possibilidade da existência de canais legislativos no Brasil<sup>146</sup>, através da chamada Lei do Cabo. O sinal da TV Senado cobre todo o país levado pelas emissoras de tv a cabo, por antenas parabólicas de tipo analógico e digital e, posteriormente, em sinal aberto de UHF. As transmissões simultâneas alcançam, pelo menos, as 8 milhões de antenas parabólicas instaladas no país e os cerca de 3,5 milhões e meio de televisores, atingindo cerca de 40 milhões de domicílios, com tv por assinatura.

<sup>146</sup> Pela lei, as operadores são obrigadas a destinar um canal para o Senado Federal entre os chamados canais básicos de utilização gratuita, que devem constar do cardápio de canais oferecidos aos assinantes.



Durante a semana apresenta 23% de programas locais de entretenimento, uma média que sobe para 31% no sábado, e alcança os 45% no domingo. É a média mais alta das TVs por assinatura.

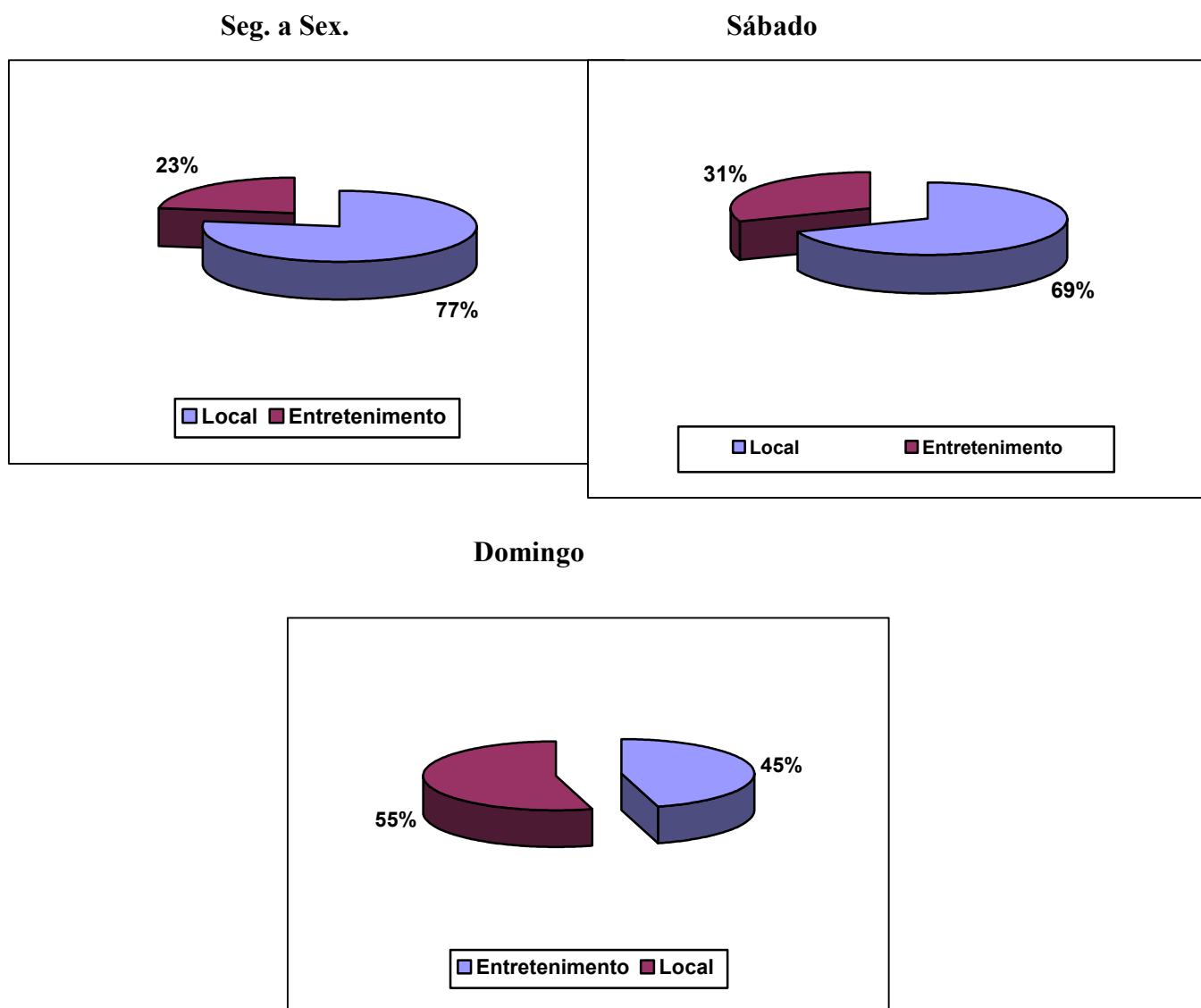


Gráfico 25: Distribuição da produção da TV Senado DF

## Cinema no DF

Em relação à produção cinematográfica foram listados todos os filmes elencados nas tabelas da Ancine bem como aqueles exibidos em festivais de cinema com indicação de produção/finalização em 2005.

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	FILHAS DO VENTO, Elizabeth Rose Costa da Silva Curi	X			X	X			X			
A Conceção, de José Eduardo Belmonte		X			X	X						
À Espera da Morte, de André Luís da Cunha			X	X		X						
A Lente e a Janela, de Marcius Barbieri,		X		X		X						
A Vingança da Bibliotecária, de Santiago Dellape		X		X		X						
Cora Coralina: O Chamado das Pedras, de Waldir de Pina			X	X		X						
Degraus, de Núbia Santana			X	X		X						
Dia de Visita", André Luís da Cunha			X		X	X						
Entre um, Marcius Barbieri.		X		X		X						
França, Francis, de Rogério Quintão			X	X		X						
Macacos me Mordam, de Érico Cazarré		X		X		X						
Maestro Jorge Antunes - Polêmica e Modernidade, de Carlos Del Pino (DF)			X		X	X			X (doctv)	X		
Mamãe tá na Geladeira, de Douro Moura		X		X		X						
Nana, Miúda e Outros Povos", Betse de Paula e Caetano Curi			X		X	X						
O Boi do Mamulengo, de Jorge Rodrigues			X	X		X						
O Poeta e o Capitão, de Jorge Oliveira			X	X		X						
Oiticica, de José Geraldo,			X	X		X						
Rap, O Canto da Ceilândia			X	X		X						
Sob o Encanto da Luz, de Dirceu Lustosa,		X		X		X						
Uma História Severina, de Debora Diniz e Eliane Brum		X		X		X						
Uma Mulher Mais ou Menos, de Herbert Amaral		X		X		X						
Uma Noite com Ela, de Gustavo Galvão		X		X		X						
Utropic - No umbigo do Mundo, de Anna Karina de Carvalho e Luciana Melo			X	X		X						
Vladimir Carvalho, Conterrâneo Velho de Guerra			X		X	X			X (doctv)	X		X

Quadro 45: Filmes realizados em 2005 no DF

A produção audiovisual no Centro-Oeste foi significativa em 2005. Foram 23 produções finalizadas ano passado e uma (01) produzida naquele ano, conforme pode ser observado na tabela acima em uma região acostumada a ver e produzir audiovisuais desde o surgimento do Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, em 1965.

A análise contemplou dados fornecidos pela Agência Nacional de Cinema, pelo Projeto DOC/TV, informações fornecidas em Festivais de Cinema e também da Secretaria de Cultura. Na região Centro- Oeste em 2005 foram realizados seis (06) longa-metragens e 18 curtas, sendo que desse total 24 obras 13 eram documentários e 11, filmes de ficção. Todos os trabalhos são realizações regionais.

### 2.3.2 Goiás

O estado de Goiás embora tenha a maior rede de retransmissoras do centro-oeste, com 496 outorgas, não tem tradição em produção regional. É o estado com maior concentração de propriedade sob controle das Organizações Jaime Câmara.

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Anhangüera	Frutos da Terra	P.Variedades rural	Sábado	8h
	Raddar	P.Variedades juvenil	Sábado	13h45min
TV Goya	Não			
TV Serra Dourada	Não			
TV Goiania	Canal	Clipes	Seg. a Sex.	14h35min
TV Brasil Central	Clipearte	Clipes	Seg. a Sex.	05h45min.
	Sr. Brasil	Clipes religiosos	Quarta	20h
	Café Filosófico	Documentário	Sexta	22h
	Pelos bares da vida	Coluna Social	Sexta	23h
	Di Fininho	P.Variedades	Sábado	11h
	Maior Legal	P.Variedade	Sábado	14h
	Goiana Mostra Curta na TV	Curta-Metragens	Qua.	17h30min

Quadro 46: Emissoras e programas de entretenimento de Goiás

## **Emissoras de Goiânia**

### 1. TV Anhanguera

A TV Anhanguera foi fundada em 1963 e pertence as Organizações Jaime Câmara que detém as retransmissoras da Rede Globo em Goiás e no Tocantins. O grupo possui nove estações de TV, um jornal em Goiânia, um jornal em Palmas, oito estações de rádio, uma gráfica e editora, uma gravadora de discos, uma empresa de telemarketing,. Também possui um portal de conteúdo e uma fundação educativa<sup>147</sup>.

A emissora produz as duas edições do telejornal *Jornal Anhanguera, o Bom Dia Goiás, Jornal do Campo*, além de formatos como *Frutos da Terra, Tribo do Esporte e Raddar*. O total de programas locais é de 9% durante a semana e 15% no sábado, que representam 91% e 85% da programação total, respectivamente.

Em relação ao levantamento realizado pela revista *Meio & Mensagem* de 1999, a quantidade de produção local aumentou em apenas um (01) programa.

---

<sup>147</sup> Dados da (Organizações Jaime Câmara, 2005).

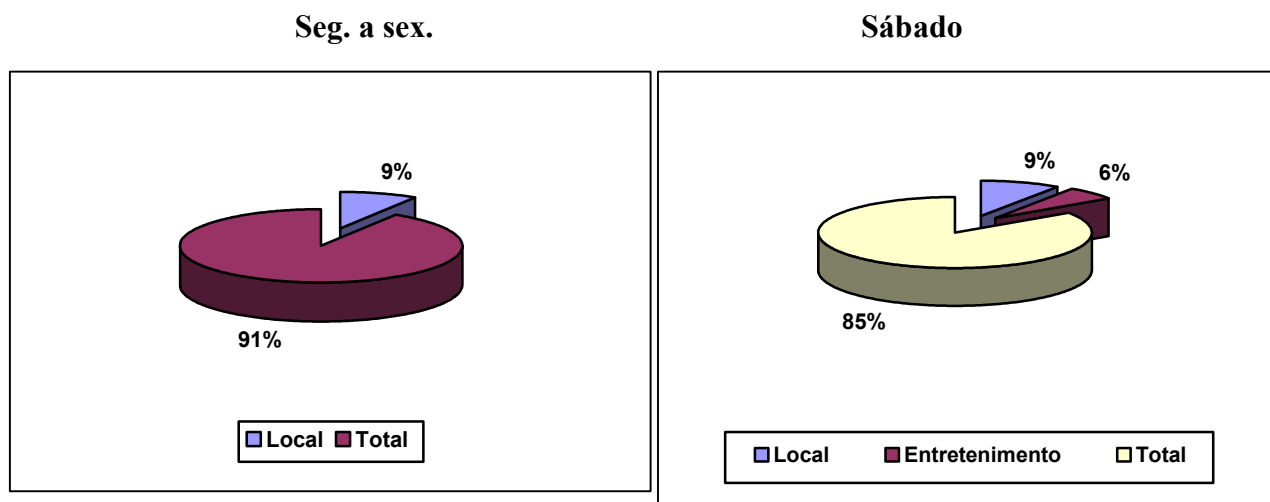


Gráfico 26: Distribuição da produção da TV Anhanguera GO

## 2. TV Record Goiânia

A programação local se restringe a apenas alguns noticiários, programas informativos e transmissões religiosas ao vivo. Esta programação regional constitui-se pelos programas *Espaço Empresarial*, *Goiânia Urgente*, *Informe Goiás*, *Agronegócio e Auto Motor*, embora não haja produção da categoria entretenimento. Esses programas locais representam 9% da grade de programação.

Em relação à produção apresentada na revista *Meio & Mensagem* de 1999, na qual constava apenas o programa *Goiânia Urgente*, há considerável aumento na produção local.

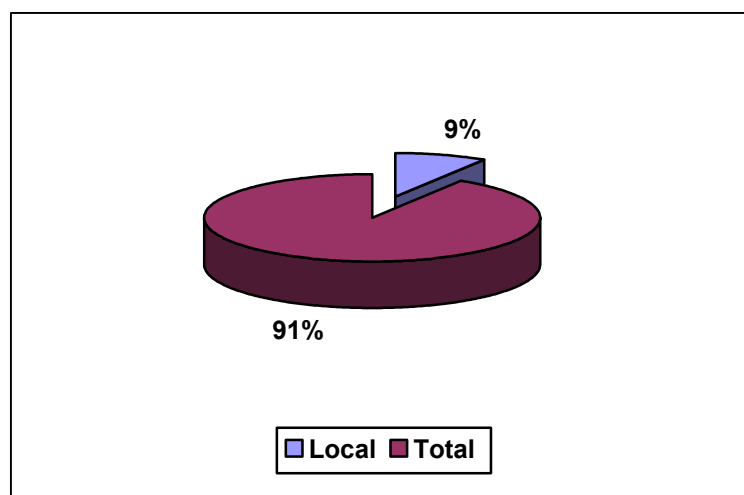
**Seg. a sex.**

Gráfico 27: Distribuição da produção da TV Record GO

### 3. TV Serra Dourada

Pertence ao Grupo João Alves de Queiroz, proprietário da Assolan (ex da Arisco) que também possui uma rádio FM em Goiânia. Cirillo Alves foi suplente de Íris Rezende, PMDB, em mandato no senado. A TV Serra Dourada produz localmente apenas telejornalismo (Jornal Serra Dourada e o Jornal do Meio-Dia) sendo o restante da sua grade composta por conteúdo original da cabeça-de-rede, o grupo paulista, SBT.

Em relação ao levantamento apresentado pela revista Meio & Mensagem de 1999 houve redução na programação local com o corte do programa Telesporte.

Seg. a sáb.

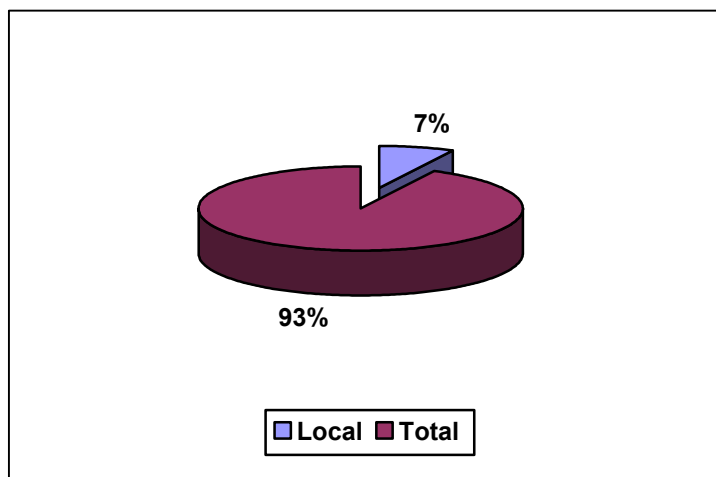


Gráfico 28: Distribuição da produção da TV Serra Dourada GO

#### 4. TV Goiânia

A emissora pertencia aos Diários Associados e foi comprada em 2002 pelo senador Wellington Salgado de Oliveira (PMDB-MG), também proprietário da Universidade Salgado Filho (Universo). Wellington Salgado de Oliveira aparece ainda como Diretor e Sócio (Juntamente com Wallace Salgado de Oliveira) da Rede Vitoriosa de Comunicações donos da TV Vitoriosa em Ituiutaba-MG,<sup>148</sup> retransmissora do SBT (SBT, 2006). A Rede Vitoriosa possui emissoras de rádio FM em Goiânia e Senador Canedo-GO.

A TV Goiânia produz os programas *Chumbo Grosso*, *Tele Shopping*, *Canal*, *Jornal da Band Local* e *Goiânia Night Shopping*, mas desses apenas 3% da grade total é de entretenimento.

<sup>148</sup> Ministério das Comunicações, 2005: 65.



Dos programas apresentados no levantamento da revista Meio & Mensagem de 1999 *Barra Pesada, Na Boca do Povo, Clips 94, Chão Goiano e Hora H* - apenas *Barra Pesada* continuou sendo levado ao ar em 2005. A emissora mudou sua estratégia, optando por concentrar a programação local em programas de tele-vendas.

### Seg. a Sex.

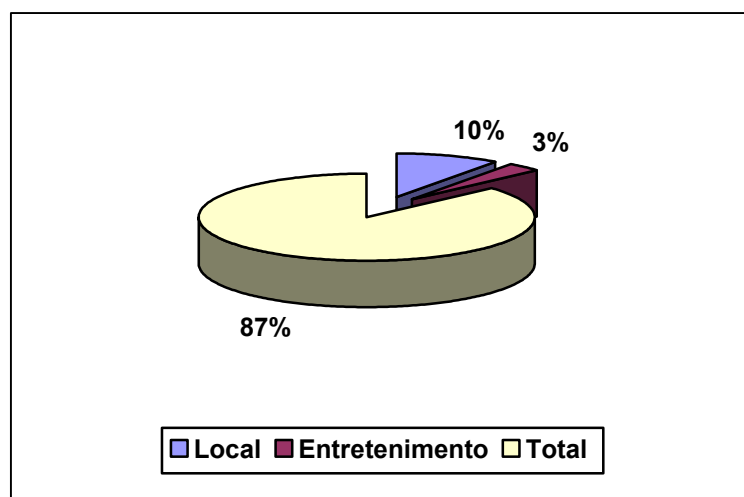


Gráfico 29: Distribuição da produção da TV Goiânia GO

## 5. TV Brasil Central

A TV Brasil Central é ligada ao Governo do Estado de Goiás. A emissora transmite seguintes programas de produção local: *Clipearte, Senhor ensinai-nos a Orar, Vinho Novo, Fonte da Vida, TBC Esportes, Cidade Esperança, Jornal Brasil Central, Décima Segunda Hora, Roda Viva Local, Goiânia Mostra Curta na TV, Sr. Brasil, Opinião em Debate, Café Filosófico, Pelos Bares da Vida, Proclamando a Fé, Show Car, Di Fininho, Maior Legal, Radical é Ser de Deus, Gyn Teen, Agenda Cultural, Saúde Brasil, Espaço Espírita e Cartão Verde Local.*

Embora seja uma emissora do governo do Estado, é interessante observar a expressiva quantidade de programas religiosos neste canal estatal. Também é representativo o número semanal de programas de entretenimento: seis (06).

### Cinema em Goiás

Em relação à produção cinematográfica foram listados todos os filmes elencados nas tabelas da Ancine bem como aqueles exibidos em festivais de cinema com indicação de produção/finalização em 2005.

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
A resistência do vinil, Eduardo Castro.			X	X		X						
Banzo, Paulo Caetano		X (ANI)		X		X						
Comprometendo a Atuação, Bruno Bini.		X		X		X						
Concerto da Cidade, Lourival Belém Jr			X	X		X						
Musculatura, érico Rassi		X		X		X						
O Portal, João Novaes			X	X		X						
O Rezador de Cobras, Raimundo Alves e Vinícius Berge			X	X		X						
O Silêncio do Pai, Simone Caetano.		X		X		X						
Resto de Sabão, Rochane Torres.		X		X		X						
Santa Dica - de Guerra e Fé, de Marcio Venício Nunes			X		X	X			X DOCTV	X		
Vermelho Negro, Luiz Eduardo Jorge			X	X		X						
Via de Mão única, Amarildo Pessoa e KÁTia JacarandÁ		X (ANI)		X		X						

Quadro 47: Filmes realizados em 2005 em Goiás

Em Goiás, foram finalizados 12 filmes no ano de 2005, contando os realizados para o projeto DOC/TV e para o cinema.

Deles seis eram documentários, seis filmes de ficção, sendo a maioria 11 deles curtas-metragens. O única longa-metragem foi realizado por Santa Dica - de Guerra e Fé, de Marcio Venício Nunes.

### **2.3.3 Mato Grosso do Sul**

A estrutura de produção local/regional mais intensa no caráter educativo e cultural na Região Centro-Oeste é a de Mato Grosso do Sul.

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
Canal do Boi	Municípios do Brasil	Documentário	Seg. a Sáb.	1h30min
	Origens	Música Regional	Domingo	06h15min
	Eliane Camargo	Variedades	Domingo	08h30min
	Revista Rural	Variedades rural	Domingo	10h
TV Morena	Terra da Gente	Música Regional	Sábado	8h
	MS Rural	Variedades Rural	Sábado	8h45min
	Ação Radical	Jovem, esportes radicais, entrevistas, festas	Domingo (reprise)	05h57min
	Atualidades	Entrevistas, agenda cultural	Sábado	12h
TV MS				
Canal Universitário	Rancho Caboclo (co-produção TVE Regional)	Música Regional	Sexta	22h
	UFMS	Institucional, curtas, documentários	Domingo (reprise)	10h
	Página 1 Uniderp	Institucional, produção dos estudantes	Sexta	21h
TVE Regional	Vinil Digital	musical	Terça	21h
	Drops do Som do Mato	musical	Ter a Qui	21h
	Zero DB	musical	Terça	19h30min
	Rancho Caboclo (co-produção Canal Universitário)	Musical regional	Seg. a Qua.	20h40min
	Oficina de idéias	Auditório	Terça	22h
	UFMS	Institucional, curtas, documentários	Sexta	22h
	Alma Guarani	Documentários	Domingo (reprise)	9h
	DOC TV	Documentários	Sábado	11h
	Identidade	Entrevistas, regionalismo, cultura	Sexta	23h
	Página 1 Uniderp	Institucional, produção estudantil	Ter. a qui.	22h30min
	Antena Cultural	Cultura, agenda, entrevistas	Domingo	21h30min
	Oficina de Idéias	Teatro	Domingo	22h
	TV Campo Grande	Toda Prosa	Variedades Feminino	Seg., qua., qui., sex.
Sem Limite		Entrevistas, turismo	Seg. a Dom.	Vários
TV Guanandi	Conexão Popular	Entrevistas, opinião	Ter. a Qui.	19h
	Fest	Colunismo Social	Quarta	19h30min
	Baton	Programa de Variedades	Quarta	21h

Quadro 48: Emissoras e programas de entretenimento do Mato Grosso do Sul

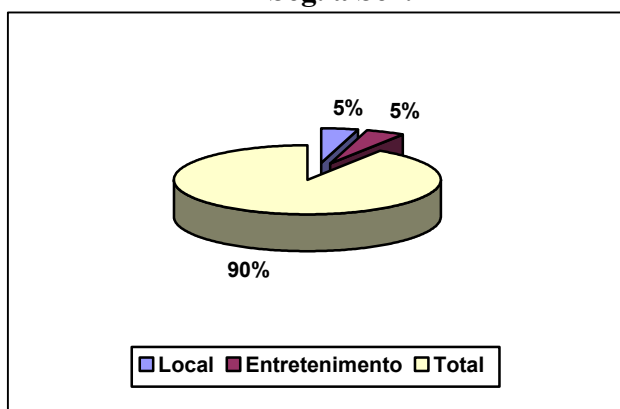
## Emissoras de Campo Grande-MS

### 1.Canal do Boi

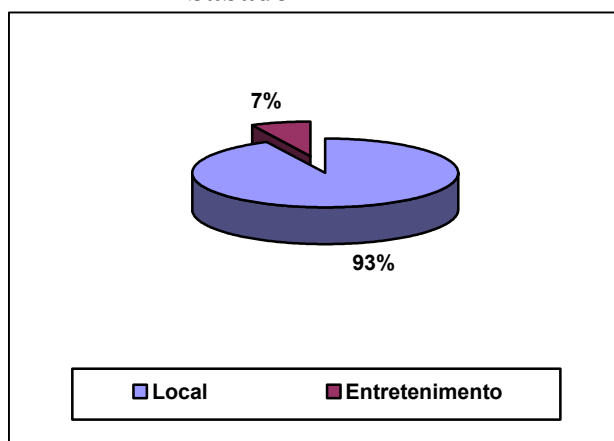
No ar desde 1999 a emissora tem em média 18 horas de programação gerada que não se limita a Campo Grande. De acordo com o seu site<sup>149</sup>, o Canal do Boi movimenta cerca de R\$ 1 bilhão por ano e tem uma média de 35 milhões de telespectadores no mesmo período (2005). A programação consiste em leilões de diversos tipos de produtos de agronegócio, noticiário rural, assim como boletins religiosos e de compras.

Dos 10% de programas locais que o Canal do Boi produz, apenas 5% são apresentados de segunda a sexta-feira. No fim-de-semana, esse percentual aumenta para 7% no sábado e para 17% no domingo.

**Seg. a Sex.**



**Sábado**



<sup>149</sup> site [www.canaldooi.com.br](http://www.canaldooi.com.br). Acesso em fev de 2006.

### Domingo

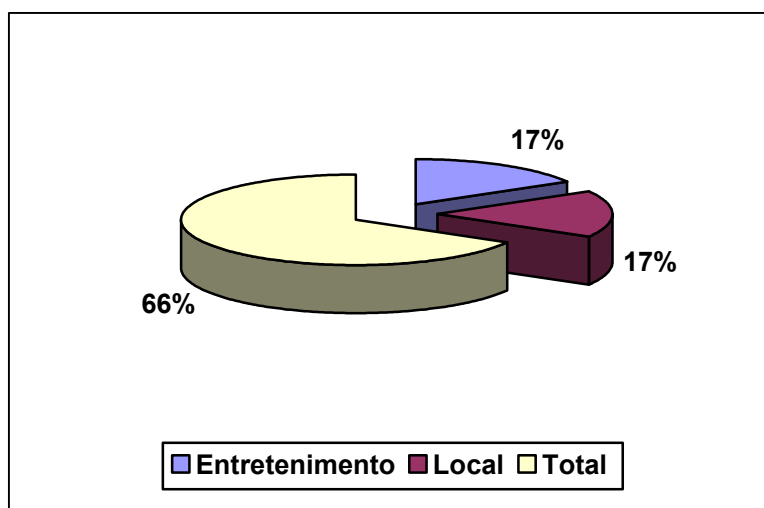


Gráfico 30: Distribuição da produção da TV Canal do Boi MS

## 2. TV Morena

A outorga é 1965 e pertence ao Grupo Zahran, o maior grupo de comunicação do Centro-Oeste. A primeira atividade do grupo é no setor de distribuição de gás GLP com a empresa COPAGAZ<sup>150</sup>.

O grupo Zahran possui no setor de comunicação Rede Matogrossense de Televisão (RTM) que inclui as emissoras: (MS) TV Morena, Campo Grande; TV Morena, Ponta Porá; TV Morena, Dourados; TV Morena, Corumbá. (MT) TV Centro América, Cuiabá; TV Centro América Sul, Rondonópolis; TV Centro América Norte, Sinop; TV Centro América, Tangará da Serra. Além destas emissoras, também é proprietário da VCA Produções, produtora de vídeos corporativos e do portal de conteúdo RMT Online.<sup>151</sup>

<sup>150</sup> A Copagaz, com faturamento de 1,3 bilhão de reais, é uma das seis maiores distribuidoras de gás liquefeito no País, entregando seu produto em 19 Estados e no Distrito Federal (COEN, Luciana, 2005).

<sup>151</sup> Segundo informações do *site* do grupo, a RMT possui 75% da audiência regional ([http://www.copagaz.com.br/grupo\\_zahran/rmt\\_tv.asp](http://www.copagaz.com.br/grupo_zahran/rmt_tv.asp) acesso em 22 jan. 2006).

A produção local segue o estilo da maioria das afiliadas da Rede Globo concentrando-se em noticiários e agronegócios. São os seguintes programas produzidos pela TV Morena: *Bom Dia MS*, duas edições de *MS TV*, *Terra da Gente*, *MS Rural*, *Ação Radical* e *Atualidades*, sendo que os programas de entretenimento representam 13% da grade da programação no sábado e apenas 5% no domingo.

Em relação ao levantamento apresentado na revista *Meio & Mensagem* de 1999, naquela época havia dois programas (*RM TV* e *RM Rural*), em 2005 houve o incremento de quatro novos programas locais.

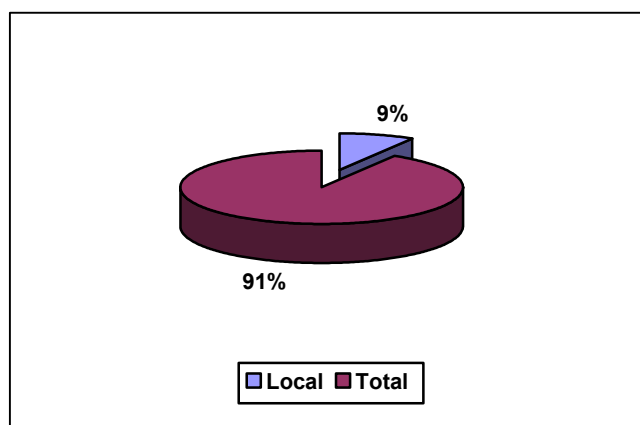
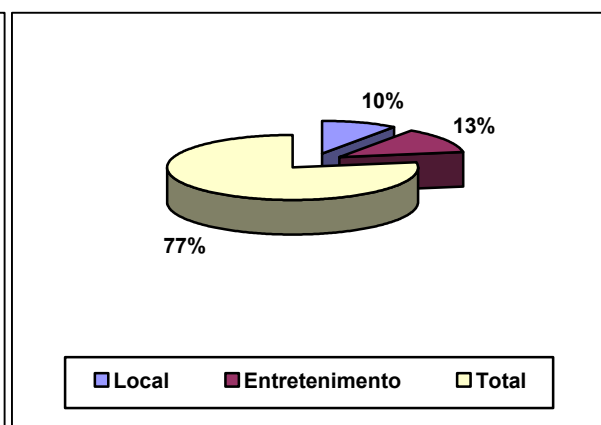
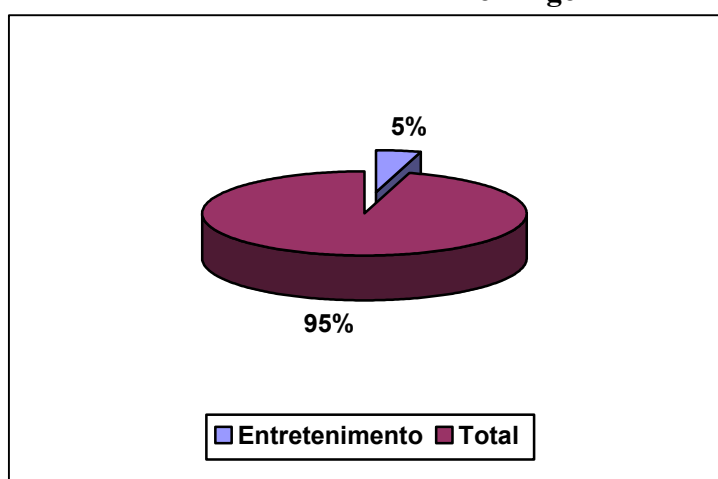
**Seg. a Sex.****Sábado****Domingo**

Gráfico 31: Distribuição da produção da TV Morena MS



### 3. TV MS

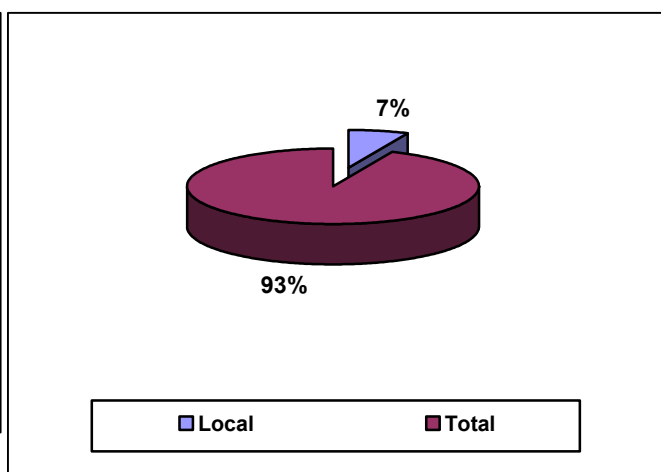
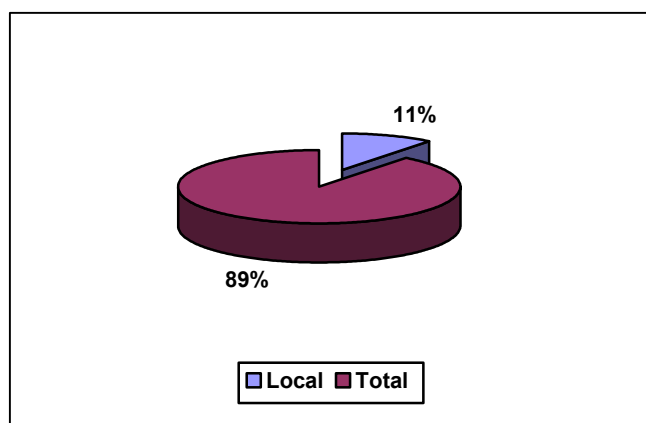
Inaugurada em 1988, originalmente transmitia a TV Manchete. Afiliada a Rede Record possui também uma rádio AM e outra FM em Campo Grande. Abrange todo o Estado de Mato Grosso do Sul através do canal 11 da TV aberta.

A produção local é bastante restrita. Além dos programas ao vivo religiosos, a produção da TV MS se resume aos programas: *Jornal MS*, *Programa Shopping do Carro* e *Programa Motor Card*. Produz apenas 6% de programação de entretenimento nos domingos.

Com relação ao levantamento da revista Meio & Mensagem de 1999, o canal deixou de produzir os dois programas: *Bureau de Negócios* e *Domingo Criança*, sendo o último um formato de entretenimento.

**Seg. a Sex.**

**Sábado**



### Domingo

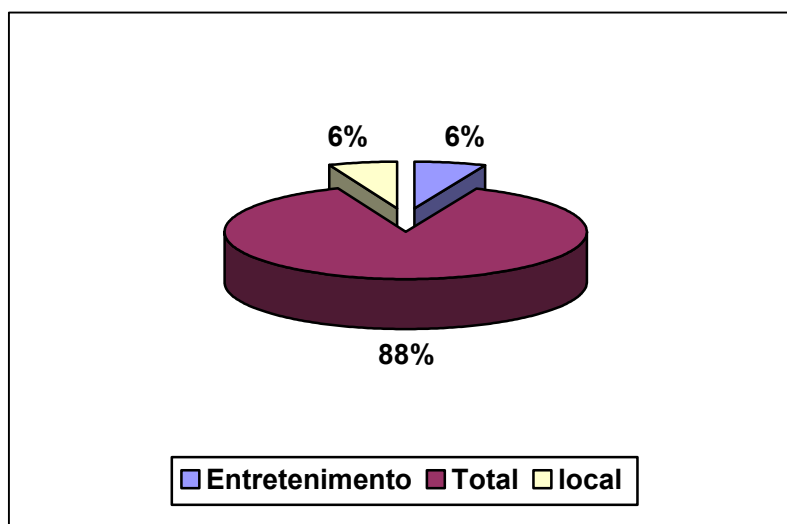


Gráfico 32: Distribuição da produção da TV MS

#### 4. TV Campo Grande

Pertence ao grupo Correio do Estado, segundo maior grupo do Mato Grosso do Sul em comunicação. O grupo também possui o jornal Correio do Estado, inaugurado em 1954, a Rádio Cultura AM, a Rádio Canarinho FM, a TV Campo Grande, em Campo Grande; a produtora de vídeo e a Fundação Barbosa Rodrigues. Eram donos também da TV Guanandi (Bandeirantes) em Campo Grande e TV Caiuás (afiliada da Rede Bandeirantes), em Dourados, mas estas foram vendidas ao missionário R.R. Soares, da Igreja Internacional da Graça de Deus. O grupo Correio do Estado é comandado por Antonio João Hugo Rodrigues, PTB, suplente do senador Delcídio do Amaral, PT, e filho do fundador, J. Barbosa Rodrigues.

A emissora transmite em média 20h por dia e está no ar desde 1980. Em 2005, produzia localmente os seguintes programas : O povo na TV; Toda Poderosa, Sem limite, TJ

MS e Autonews. Durante a semana a programação de entretenimento é de 7% e no sábado cresce para 11%.

Não foi possível comparar a produção atual com o levantamento realizado em 1999 por Meio & Mensagem porque a revista não apresentou a produção desta emissora.

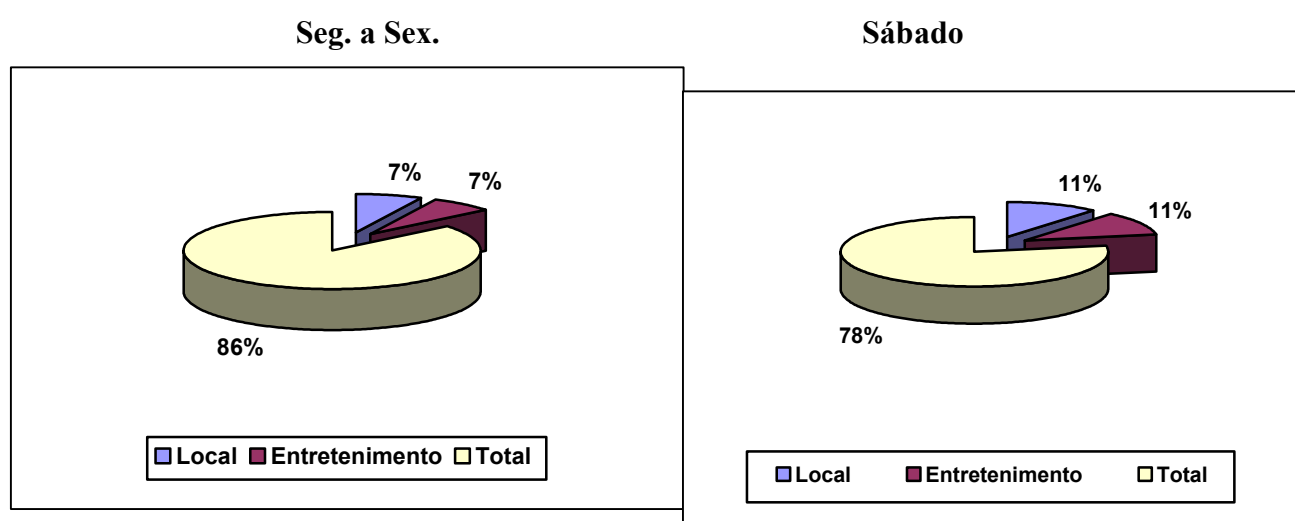


Gráfico 33: Distribuição da produção da TV Campo Grande MS

## 5. TV Guanandi

Iniciou suas atividades em 1989. Pertenceu ao grupo Correio do Estado, mas, segundo o jornal Folha de S. Paulo foi vendida em 2001 para o missionário RR Soares, líder da Igreja Internacional da Graça de Deus. O missionário comprou também a TV Dourados, do mesmo grupo na cidade de Dourados (CASTRO, 2002: E10). Nos últimos cinco anos o missionário conseguiu várias outorgas e montou uma rede nacional, a Rede Internacional de Televisão (RIT). As outorgas da RIT geralmente aparecem com a Razão Social Televisão Cidade

Modelo Ltda. A geração da programação da RIT é no interior, em Dourados. A TV Guanandi segue retransmitindo a Bandeirantes. A relação entre o missionário e a Bandeirantes inclui a compra de programação na grade nacional da emissora.<sup>152</sup>

Atualmente, contam Cogo, Diego, Locatelli *et alli* um acordo com a direção da Rede Bandeirantes permite que as sessões de filmes sejam substituídas por programas religiosos na grade local. O *jornal Guanandi Notícias*, que era apresentado em duas edições diárias até 1998, hoje é exibido sob forma de boletins curtos, para redução de gastos.

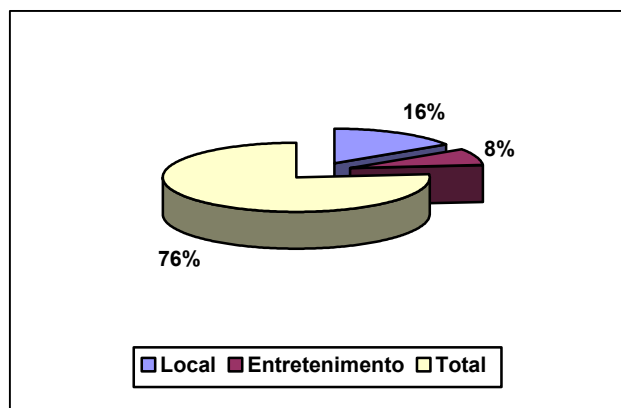
Alguns programas foram extintos, como o *Guanandi Video Clip* (que era exibido diariamente nos fins de tarde), *HI-FI* e os femininos *Mídia Mágica* com Marisa Machado (um dos precursores da emissora) e *Aprendendo com Sonia*. Há programas de televentas como *Shopping da Cidade* e *Liquimaluco*, este último há cinco anos no ar. Produções independentes ajudam a preencher o horário local, entre eles *Baton*, com Bia Arraes e *Festas e Eventos*. O programa *MS URGENTE* é uma parceria entre Raul Freixes e a TV Guanandi voltada para a discussão dos problemas da comunidade.

Em 2005, a emissora produz os seguintes programas: *Conexão Popular*, *Liquimaluco*, *Perfil*, *Festas & Eventos TV*, *Boletim Guanandi Notícias*, *Shopping da Cidade* e *Baton*. Esta produção configura um aumento considerável em relação à grade de programas locais apresentada em 1999 pela revista Meio e Mensagem, quando constavam apenas os programas: *Guanandi Notícias* (duas edições), *Gente Fina* e *Aprendendo com Sônia*.

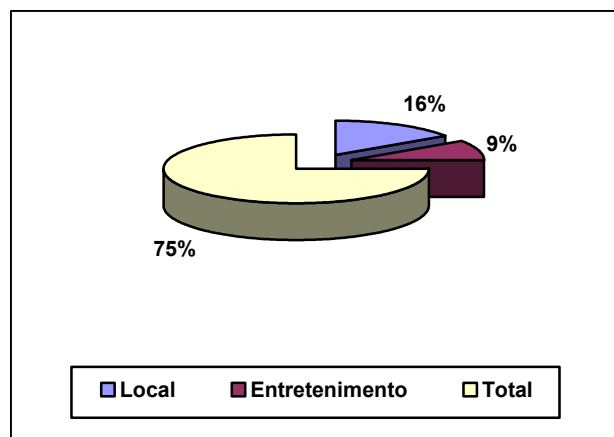
---

<sup>152</sup> Segundo COGO, DIEGO, LOCATELLI *et alli* (2004, online), O canal passou por três fases de administração: Jovir Perondi e José Elias, Leonildo Bachega e Márcia Barros Rodrigues (Grupo Correio do Estado) e, hoje, André Soares (Igreja da Graça, do Missionário RR Soares). A cada mudança de grupo, os funcionários ficavam apreensivos. Quando Márcia B. Rodrigues assumiu a emissora, em 1994, por exemplo, houve um corte de quase 60% dos funcionários, justificado pelo baixo faturamento da empresa. Na última compra, feita pela Igreja da Graça, não houve problemas nesse sentido.

Seg. a Sex.



Sábado



Domingo

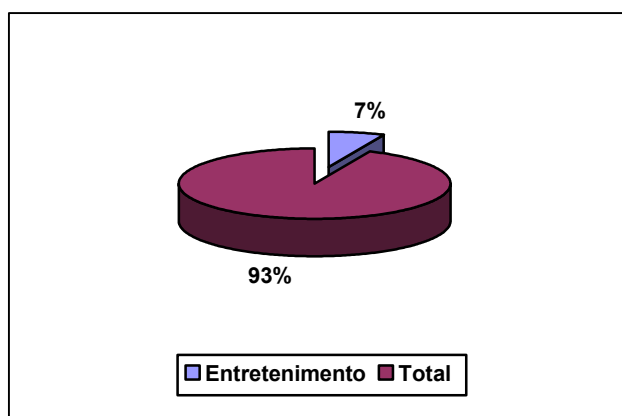


Gráfico 34: Distribuição da produção da TV Guanandi MS

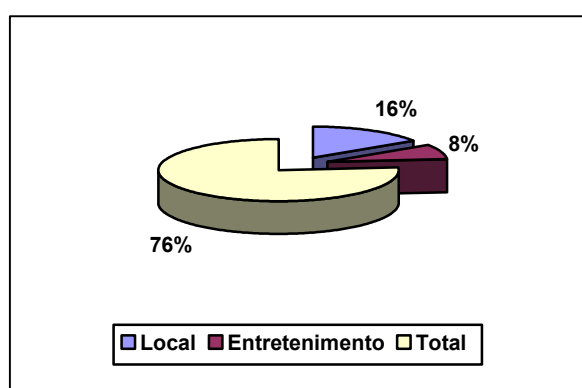
## 6. Canal Universitario

Está no ar desde dezembro de 1997. Aparece no canal 14 da Net Campo Grande com programação distribuída entre TV universidade, da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS): TV Pantanal (Universidade para o Desenvolvimento do Estado e da Região do Pantanal UNIDERP ) e TV UCDB, da Universidade Católica Dom Bosco. A TV comunitária funciona como um canal universitário. Segundo Sato, Siqueira e Aguilera (2000:29), a cada terça-feira a programação das respectivas universidades é mudada. Cada

emissora apresenta quatro horas de programação, exibidas em horários alternados durante toda a semana. Começa das 6h da manhã e vai até às 2h .

Na semana estudada, o Canal Universitário dedicou 25% de sua programação a produtos audiovisuais locais. No domingo, essa proporção cresceu para 80%.

### Seg. a Sex.



### Domingo

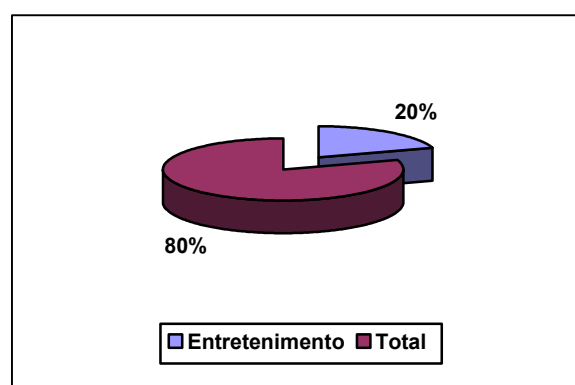


Gráfico 35: Distribuição da produção do Canal Universitário MS

## 7.TVE Regional MS

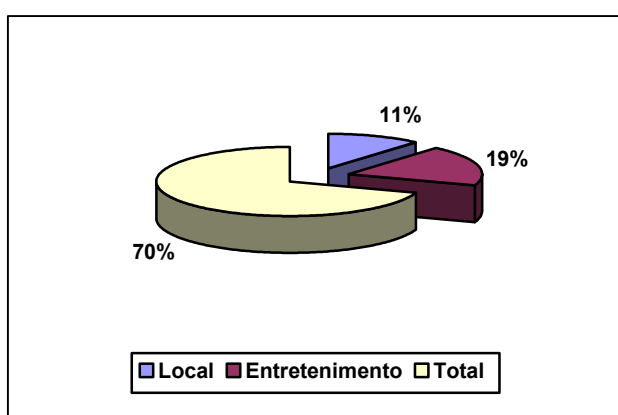
A TV educativa do MS data de 1984. Além da programação própria, exhibe também parte da programação dos canais universitários e do canal comunitário de Campo Grande.

Os programas de produção local exibidos pela TVE Regional são os seguintes: *Cartão Verde MS, Tribunal de Contas, Identidade, Programa Sérgio Cruz (ao vivo), Jornal regional, Outro lado de la Frontera, Jornal Rregional, Saúde Total, Página 1 Uniderp, Vinil Digital, Drops do Som do Mato, Roda Viva MS, Alma Guarani, UFMS/Câmera 2, Zero DB, Ruralidades, Olhares, Sorteio Lotesul, Conexão Sebrae, Som do Mato, Oficina de Idéias,*

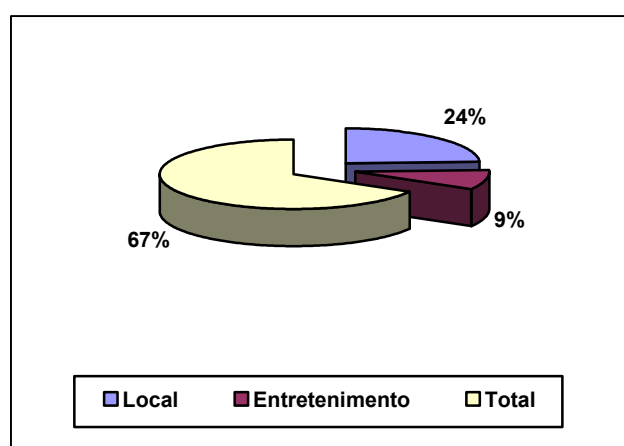
*Uniderp em Ação, Antena Cultural, UFMS, TV Assembléia, Milzinho Viana, DIC Jovem e Jornalismo Cultura.*

A TVE regional MS dedica 19% de sua grade durante a semana à programação de entretenimento. No sábado, esse percentual cai para 9%, crescendo para 64% no domingo.

**Seg. a Sex.**



**Sábado**



**Domingo**

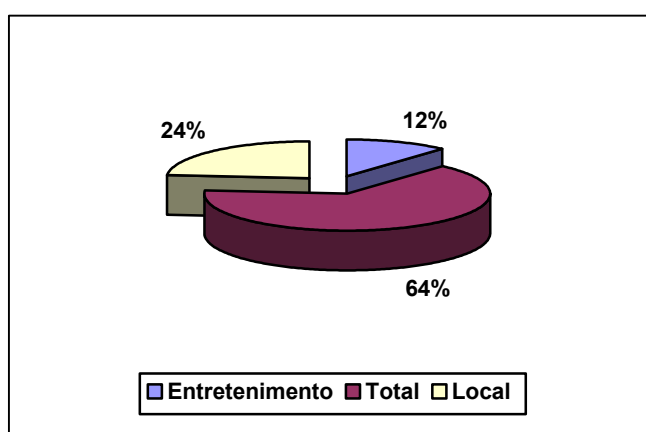


Gráfico 36: Distribuição da produção da TVE Regional MS

### Cinema no Mato Grosso do Sul

Em relação à produção cinematográfica foram listados todos os filmes elencados nas tabelas da Ancine bem como aqueles exibidos em festivais de cinema com indicação de produção/finalização em 2005.



Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curt	Long	Regiona	Naciona	Parceri	Estat	Privado	Estrangeiro	Misto
Corguinho e seus ETs, Luciana Ferreira Nantes.			X	X		X						
Entremundos - a Bioceânica do Brasil Central, de Marcelo Bolzan			X		X	X			X			
Nanquim, Mauricio Copetti.		X		X		X						
O poeta é um ente que lambe as palavras e se alucina, Arlindo Fernandes			X		X	X			X	X		

Quadro 49: Filmes realizados em 2005 no Mato Grosso do Sul

Em 2005, no Mato Grosso do Sul foram finalizados quatro filmes, sendo dois deles produzidos para o projeto DOC/TV, que divulga a obras na Rede Brasil de TV.

No total, foram três documentários e um filme de ficção. Deles, dois documentários são curtas-metragens. O Estado também obteve um prêmio no projeto Redescobrimdoosbrasis, do Ministério da Cultura, com o documentário Conguinho e seus Ets.

### 2.3.4 Mato Grosso

Chama atenção no Mato Grosso o intenso uso ideológico das outorgas de radiodifusão em detrimento de programação em outros formatos que não o popular.

<b>Emissora</b>	<b>Programas locais/regionais</b>	<b>Característica principal</b>	<b>Dia</b>	<b>Horário</b>
TV Mundial	Programa Andréia Barros	Entrevistas, moda, beleza, culinária, decoração	Seg. a Sex.	08h30min
	Curto Circuito	Cinema	Seg. a Sex.	11h20min
TV Gazeta Cuiabá	Show Sertanejo	Música regional	Sábado	21h30min
	NighTV	Colunismo Social	Seg. a Sab.	23h
TV Centro América	Não			
MTV Cuiabá	Não			
TV Record Cuiabá	Revista da Manhã	Entrevistas, moda, comportamento, decoração	Seg. a Sex.	9h
	Programa Vip	Público jovem, festas, cultura.	Seg. a sex.	12h10min
TV Cidade Verde	Cidade 40 Graus	Entrevistas, opinião, colunismo	Seg. a Sex.	10h45min.
TV Brasil Oeste	Não			
TV Assembléia	Não			
TV Universitária	DOCTV	Curta-metragens	Sábado	21h
TV Rondon	Não			

Quadro 50: Emissoras e programas de entretenimento do MT

## Emissoras de Cuiabá-MT

### 1. TV Mundial

Canal de natureza educativa, retransmite a rede CNT (Paraná) e pertence a Fundação Altamiro Galindo, que é gestora da Universidade de Cuiabá-UNIC. A emissora produz os seguintes programas locais: *Na Mira da Lei* (duas edições), *Bate Bola na Mundial*, *Jornal da Mundial*, *Amplo Geral e Irrestrito*, *Programa Andréa Barros*, *Programa Reflexão*, *Curto Circuito* (que é reprisado no turno noturno) e *Amadorismo no Ar*. Mesmo assim, a programação de entretenimento significa apenas 5% da grade.

Em relação à programação de 1999, observou-se a diminuição de 50% da produção local em relação à grade apresentada pela revista Meio & Mensagem. Esta programação retirada do ar deu espaço aos programas religiosos e de vendas da grade da cabeça-de-rede da emissora, a CNT.

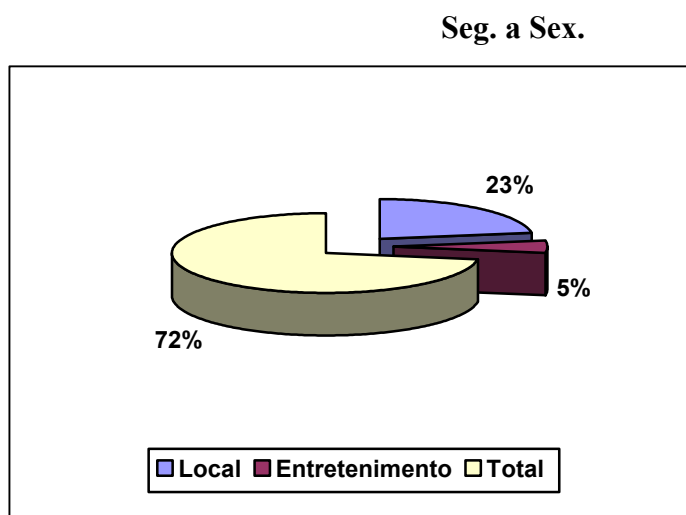


Gráfico 37: Distribuição da produção da TV Mundial MT

## 2. TV Gazeta Cuiabá

Embora conste nas informações oficiais da Anatel como propriedade da Fundação Cásper Líbero (Siscom, 2006), a *home page* desta retransmissora anuncia que desde 2003 ela compõe a Rede Cidade Verde de Comunicações (TV Gazeta Cuiabá, 2006).

A Rede Cidade Verde de Comunicações engloba a rádio Band FM, a TV Cidade Verde, a TV Gazeta canal 19 e a MTV Cuiabá, em Cuiabá; a TV Cidade Verde Rondonópolis (RTVMista); a TV Cidade Verde Tangará (RTV Mista), a TV Cidade Verde Sapezal (RTV Mista) e a TV Cidade Verde Primavera do Leste (RTV mista).

A emissora é especializada em tele-vendas, onde apresenta os programas *Auto Shopping* e *Shop Mix* com várias edições diárias. Produz também o programa de coluna social *Night TV* com Sávio Pereira e o programa musical *Show Sertanejo*.

Durante a semana há apenas 3% de programação voltada para entretenimento, percentual que sobe para 5% no sábado.

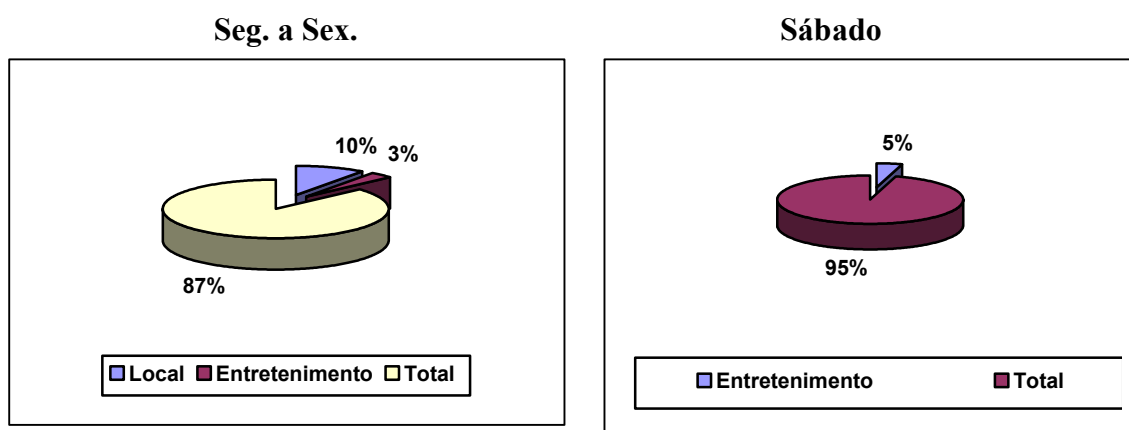


Gráfico 38: Distribuição da produção da TV Gazeta Cuiabá MT

### 3. TV Centro América

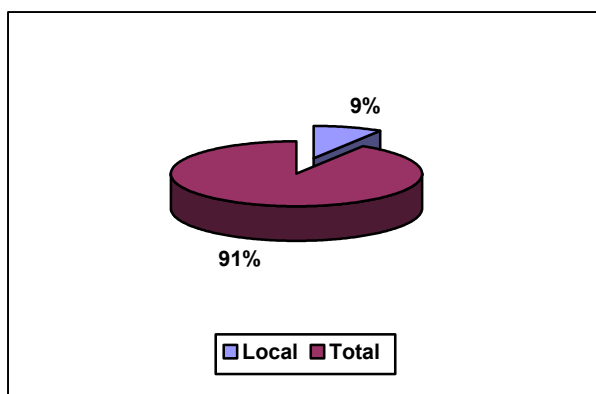
A outorga é 1965 e a emissora pertence ao Grupo Zahrano, o maior grupo de comunicação do Centro-Oeste. A primeira atividade do grupo é no setor de distribuição de gás GLP com a empresa COPAGAZ.

A produção local segue o estilo da maioria das afiliadas da Rede Globo concentrando-se em noticiários e agronegócio.

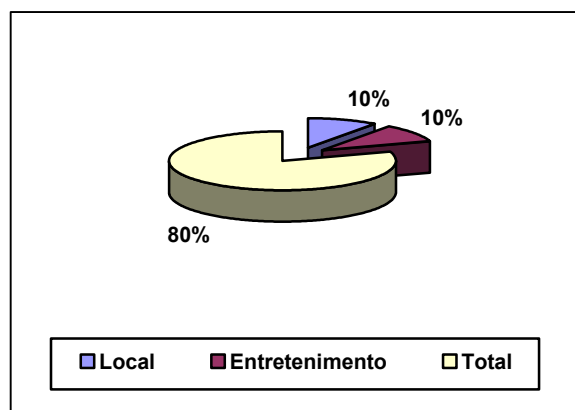
São os seguintes programas produzidos pela TV Centro América: os telejornais *Bom Dia MT*, duas edições do *MT TV*, além dos programas *Terra da Gente*, *MT Rural* (com uma reapresentação) e *TVCA Esportes*. No fim-de-semana a programação de entretenimento oscila entre 8 e 10%.

Em relação à produção local apresentada na revista *Meio & Mensagem* de 1999 os programas *RM TV* e *RM Rural*, houve o incremento de três programas, todos jornalísticos.

**Seg. a Sex.**



**Sábado**



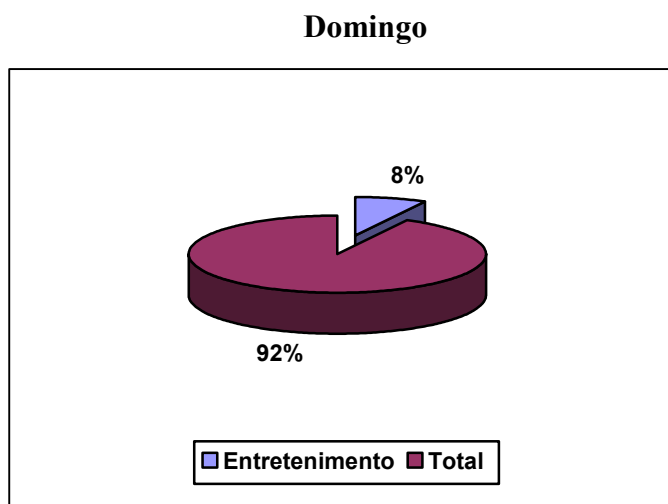


Gráfico 39: Distribuição da produção da TV Centro América MT

#### 4. MTV Cuiabá

Embora conste nas informações oficiais da Anatel como propriedade do grupo Abril (SIISCOM, 2006), a *home page* desta retransmissora anuncia que houve fusão com a Rede Cidade Verde de Comunicações (MTV Cuiabá, 2006). A Rede Cidade Verde de Comunicações engloba a rádio Band FM, a TV Cidade Verde, a TV Gazeta canal 19 e a MTV Cuiabá, em Cuiabá; a TV Cidade Verde Rondonópolis (RTVMista); a TV Cidade Verde Tangará (RTV Mista), a TV Cidade Verde Sapezal (RTV Mista) e a TV Cidade Verde Primavera do Leste (RTV mista). A MTV Cuiabá não produz programação local.

#### 5. TV Record Cuiabá

Início das atividades em novembro de 1993. Pertencente ao Grupo Gazeta de Comunicação. O grupo foi iniciado em 1990, com o jornal A Gazeta. Além do jornal e da TV Record Cuiabá, o grupo tem as rádios FM CBN Cuiabá e Gazeta FM, o portal de conteúdo

Gazeta Digital, a gráfica Millenium, o instituto de pesquisas Gazeta Dados, a agência de publicidade DMD, a produtora de vídeo Imagem da Terra (ROCHA, 2004).

A característica central deste grupo é a sua natureza política. O quadro de sócios da TV e das duas FM traz os nomes dos empreiteiros Wilson Piovezan e Benedicto Wilson do Nascimento Júnior, que figuram como sócios em diversos consórcios de operação de serviços públicos como rodovias <sup>153</sup>. Ambos os empresários foram recentemente indiciados pelo Ministério Público Estadual do Paraná por fraudes a licitações públicas no Estado (Gazeta do Povo, 2005) Wilson Piovezan é também vereador na cidade de Guaraciaba-MT. A principal figura identificada como proprietária do grupo é João Dorileo Leal. Assim como seus sócios, Leal também foi acusado de atividades ilícitas a) envolvimento com João Arcanjo Ribeiro, condenado em 2003 por lavagem de dinheiro, entre outros crimes, para beneficiar campanha ao governo do Mato Grosso, em 2002, do atual senador Antero Paes de Barros-PSDB (Correio Braziliense, 2005); e b) recebimento de privilégios para o Grupo Gazeta de Comunicação pelo então governador do Mato Grosso, Dante de Oliveira-PSDB (LACHOWSKI, 2005).

A função política da emissora se reflete na programação através dos programas *Cadeia Neles* e *O povo reclama*, que já foram apresentados respectivamente pelo ex-Deputado Federal Lino Rossi e pelo ex-Deputado Estadual Clóvis Roberto, ambos do PSDB.

---

<sup>153</sup> Entre elas a Concepa BR290 Osório-Porto Alegre; Ecosul BR116, BR293 e BR392 Rio Grande do Sul; Concer BR040 Juiz de Fora-Rio; Econorte BR369, PR323, PR445, PR090 Paraná; Ecovale BR470 Santa Catarina, do Porto de Navegantes-SC -consórcio Portonave, Energia Elétrica - Elejor, Rio Verde e Rio Verdinho - e estacionamentos - Estacionamento Cinelândia S.A. e Estacionamento República S.A. - (TRIUNFO, 2003: 8)

Em 2005, a emissora produzia os seguintes programas: *Jornal da Manhã*, *Revista da Manhã*, *Cadeia Neles*, *Gazeta Esporte*, *Jornal do Meio Dia*, *O Povo Reclama*, *Gazeta Alerta*, *Programa VIP* e *Terceiro Mundo*. Não foi possível comparar a programação local atual com a divulgada em 1999 porque o levantamento apresentado pela revista *Meio & Mensagem* não traz qualquer referência a esta emissora.

#### 6.TV Gazeta de Cuiabá

A TV Gazeta canal 19 de Cuiabá, foi inaugurada em 26 de maio de 2003. A emissora é uma afiliada da TV Gazeta de São Paulo e compõe a Rede Cidade junto com outros veículos do grupo em Cuiabá e interior do Estado de Mato Grosso.

A programação da TV Gazeta Canal 19 é o foco regional. A emissora foi a primeira a colocar no ar as vitrines eletrônicas, programas que dão roteiros completos de compras e promoções. A exemplo da rede nacional, as vitrines eletrônicas também são levadas ao ar em Cuiabá. Entre o seus programas locais é o *Shop Mix*. A TV Gazeta também foi pioneira na criação de programas de vendas de automóveis na TV. A emissora produz apenas 7% de programas de entretenimento.

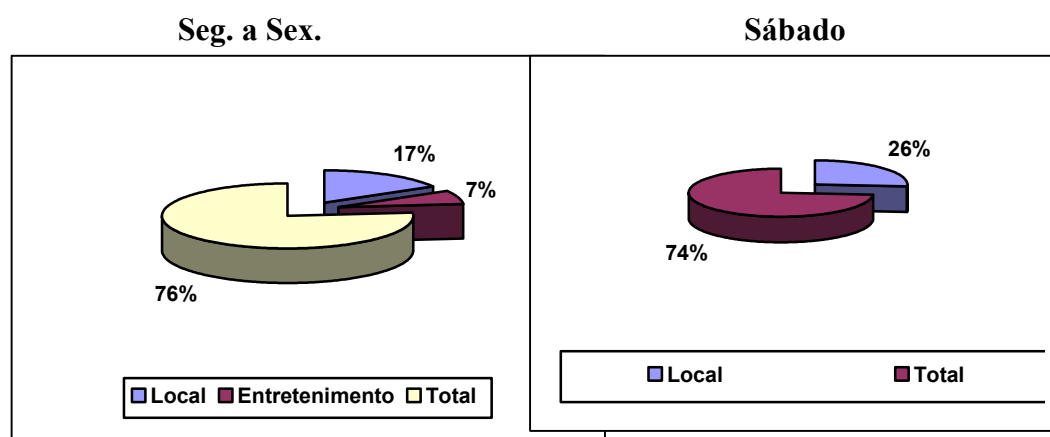


Gráfico 40: Distribuição da produção da TV Gazeta MT



## 7. TV Cidade Verde

A Rede Cidade Verde de Comunicações engloba a rádio Band FM, a TV Cidade Verde, a TV Gazeta canal 19 e a MTV Cuiabá, em Cuiabá; a TV Cidade Verde Rondonópolis (RTVMista); a TV Cidade Verde Tangará (RTV Mista), a TV Cidade Verde Sapezal (RTV Mista) e a TV Cidade Verde Primavera do Leste (RTV mista). É afiliada ao SBT.

A grade da programação local é composta por *Cidade 40*, *Olho Vivo na Cidade*, *Programa Sucesso Empresarial*, *SBT Mato Grosso* e *SBT Notícias*. A emissora tem apenas 3% de programação local.

Parte desta programação já estava presente na grade de 1999, como os formatos *Cidade 40*, *Sucesso Empresarial* e *SBT Notícias*, embora haja ligeiras diferenças nos nomes dos programas: *Olho Vivo na Cidade* e *SBT Mato Grosso*.

### Seg. a Sex.

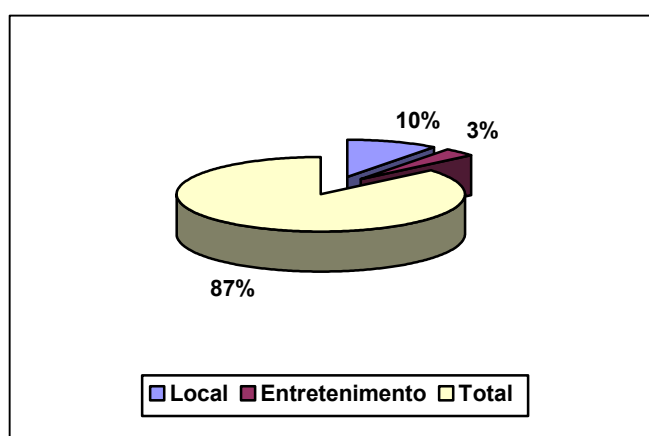


Gráfico 41: Distribuição da produção da TV Cidade Verde MT

## 8. TV Brasil Oeste

No ar desde a década de 70, pertence ao Grupo Futurista de Comunicações que têm em Cuiabá a Rádio Antena FM, a Rádio Industrial AM, a TV Brasil Oeste Bandeirantes e a TV Rondo, que formam a Rede TV. O grupo pertence à família Campos tendo entre seus sócios o ex-senador e ex-governador do Mato Grosso Júlio José Campos (PFL).

Em 2005, produzia os informativos *7:00 horas*, *Via Satélite*, *TBO Jornal* (duas edições) e *Linha de Fogo*.

Em relação à programação local de 1999 divulgada pela revista *Meio & Mensagem* houve o aumento de programas jornalísticos e o fim dos programas de entretenimento como o *Programa Vip*, que passou a ser produzido pela TV Record Cuiabá, e o *Chora Viola* que foi extinto em 1999.

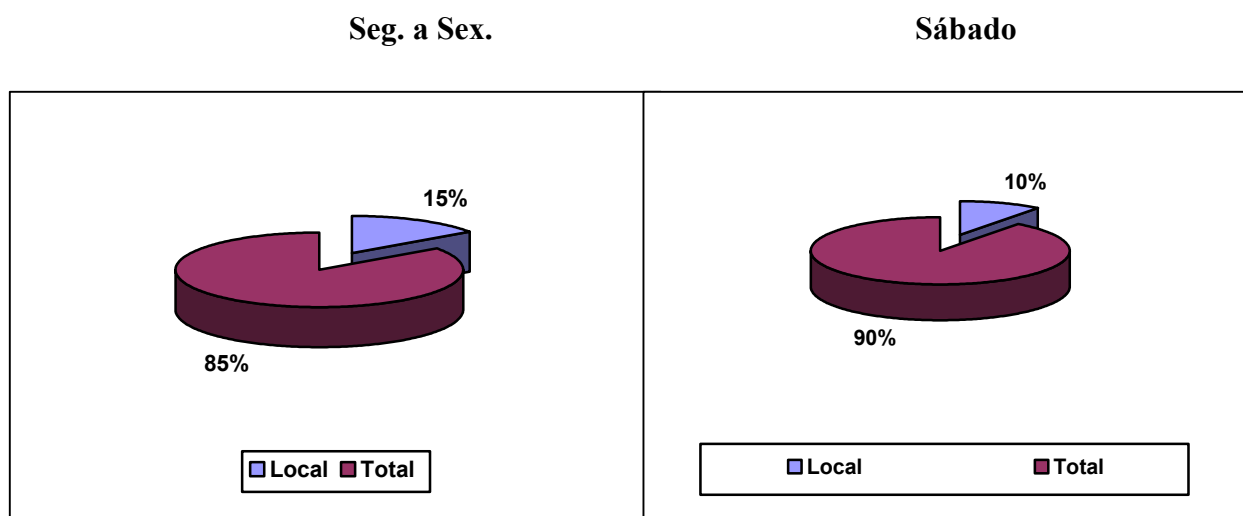


Gráfico 42: Distribuição da produção da TV Brasil Oeste MT

## 9. TV Rondon

O canal tem uma geradora em Rondonópolis desde 1985. Em Cuiabá opera através de uma RTV mista. Pertence ao Grupo Futurista de Comunicações que têm em Cuiabá a Rádio Antena FM, a Rádio Industrial AM, a TV Brasil Oeste Bandeirantes e a TV Rondon Rede TV.

O grupo pertence à família Campos tendo entre seus sócios o ex-senador e ex-governador do Mato Grosso Júlio José Campos (PFL).

Produz os informativos *Repórter Cidade*, *Repórter do Povo*, *Ponto de Vista*, *Plantão do Carro* e *Programa de Notícias*, mas tem em sua grade programas de entretenimento. Não foi possível comparar a programação local publicada pela revista *Meio & Mensagem* de 1999, pois a revista não incluiu as afiliadas da Rede TV!

**Seg. a Sex.**

**Sábado**

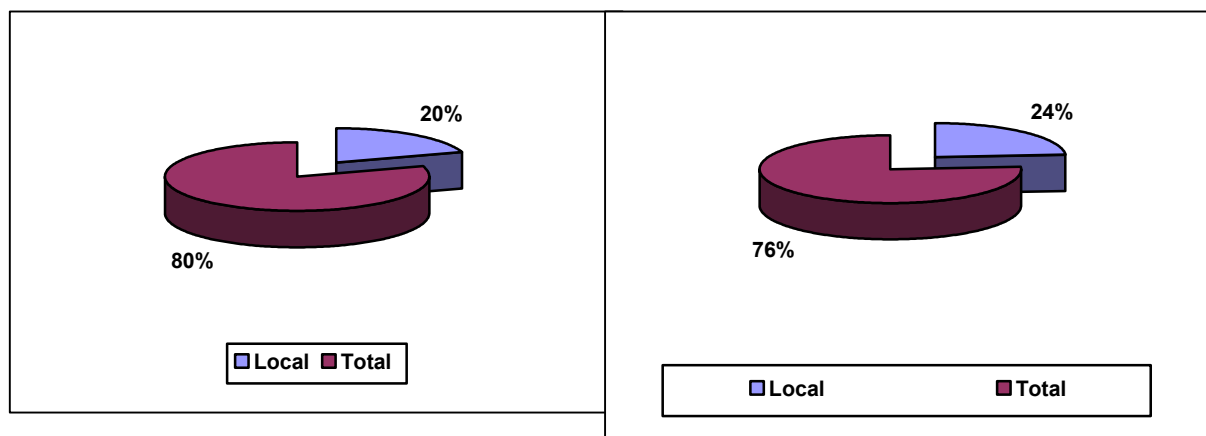


Gráfico 43: Distribuição da produção da TV Rondon MT

## 10..TV Assembléia MT

Retransmite a TV Câmara-DF, as Sessões Plenárias da Assembléia Legislativa do Mato Grosso e produz os informativos *Jornal da Assembléia e Pela Ordem*. Em eventos especiais da região entra em rede com a TV Universitária

## 11. TV Universidade

A TV Universidade, operada pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMT), iniciou suas atividades em 1990 na condição de RTV. O caráter misto somente foi determinado a partir de 1993 e o início da produção local começou a partir de 1995. Atualmente a TV Universidade produz os informativos *TVU Notícias, Agenda TVU e Por Dentro da UFMT*.

## Cinema no Mato Grosso

Em relação à produção cinematográfica foram listados todos os filmes elencados nas tabelas da Ancine bem como aqueles exibidos em festivais de cinema com indicação de produção/finalização em 2005.

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	A Oitava Cor do Arco-Iris", Amaury Tangará	X			X							
Cerimônias do esquecimento, direção de Eduardo Ferreira			X		X	X			X	X		
O Quadro, Manoel Dourado Marques.		X		X		X						
Vila Bela: Terra de Cores, de Bárbara de Aguiar Fontes			X		X	X			X DocTV			

Quadro 51: Filmes Realizados em 2005 no Mato Grosso

Em 2005, foram produzidos um filme de ficção de longa-metragem e finalizados três filmes no Estado do Mato Grosso. Deles dois eram documentários longa-metragem e um, obra de ficção de curta-metragem. Um dos documentários foi selecionado para o projeto DOC/TV e foi emitido na Rede Brasil de TV. Já *O Quadro* foi selecionado para o projeto Redescobrindosobras, que premia trabalhos realizados em cidades de até 20 mil habitantes.

## **2.4 APRESENTAÇÃO DAS TV CENTRO- OESTE**

### **Distrito Federal**

- Rede Globo: Sua outorga é 1962. Pertence à própria Rede Globo que também tem em Brasília outorgas de rádio. Sua especialidade são as produções de jornalismo político.
- TV Capital: Foi comprada pela Record, ligada a igreja Universal do Reino de Deus em maio de 1996 por US\$ 9 milhões. Pertencia ao ex-deputado federal Edevaldo Alves da Silva.
- SBT Brasília: A emissora começou a funcionar em 1986. O próprio Silvio Santos é o maior acionista da empresa que não apresenta produção local em Brasília.

- BAND DF: Pertence à própria Rede Bandeirantes que também possui também rádio na cidade.
- TV Brasília: Pertencia aos Diários Associados e retransmitia a Manchete desde os anos 80, mas sua outorga data de 1960. Em 2001 foi comprada pelo senador Paulo Octávio e retransmitiu a Rede TV! até 2003. Atualmente é afiliada à Rede 21, que por sua vez pertence a Rede Bandeirantes. É o canal aberto com maior produção local na televisão aberta da região Centro-Oeste. As Organizações Paulo Octávio atuam no setor imobiliário, e, na mídia, possuem também agência de publicidade e duas emissoras de rádio FM (JK FM e Band FM).
- TV Gênese: Pertence à igreja Sara Nossa Terra, fundada em 1980 por Robson Rodorvalho. A outorga deste canal educativo foi dada em 2000. O sinal está nas principais capitais através da programação por assinatura, tendo outorgas de UHF educativas em Fortaleza, Brasília, Goiânia, São Luis, Lavras-MG, Campo Grande, Belém, Recife, Lençóis Paulista, Sorocaba. Em VHF é retransmitida em Mossoró-RN. E, por fim, tem retransmissão no Paraguai na cidade de Pedro Juan Cavallero, pela operadora Tele Gosi. Sua produção é eminentemente religiosa.

- TV União: A Rede União foi fundada em agosto de 1988 em Rio Branco (Acre) retransmitindo o sinal da Rede Bandeirantes pelo canal 13. Dois anos depois de sua instalação já tinha mais sete emissoras instaladas nos principais municípios além da capital. Na década seguinte, a TV União ganhou licitações de RTV em vários estados e hoje o grupo possui a emissora independente canal 17 UHF e 21 NET, em Fortaleza (CE), tem suas emissoras próprias em Brasília (DF) - canal 56 UHF, Rio Branco (Acre) canal 13 UHF.
- TV Apoio: Teve início em 1990 como canal fechado. Em 2001 ganhou a concessão para operar em UHF. O diretor da TV Apoio, Francisco Maia Farias, é também proprietário da Apoio Editora Multimídia, gráfica especializada em impressos estatais e edita a revista Lista de Autoridades Governamentais (LAG), uma publicação bimestral.
- TV Câmara: Criada em 1998, a TV Câmara transmite as principais sessões da Câmara dos Deputados e também produz cinco programas jornalísticos. Aparece em canal fechado.



- Canal Comunitário DF: O Canal comunitário começou suas atividades em 1997 e retransmite a produção de outros canais como a TVE de estados como o Rio Grande do Sul, São Paulo e Paraná, a programação da Legião da Boa vontade (LBV) e da União Planetária e Teosófica. É apresentada através da TV por assinatura.
- TV Nacional: De acordo com a Radiobrás (2005), a TV Nacional - Canal 2 é responsável pela cobertura televisiva de eventos no âmbito do Poder Executivo, fornecendo noticiário sobre os principais acontecimentos nas esferas dos Poderes Legislativo e Judiciário. É apresentada através da TV por assinatura.
- TV Senado: A TV Senado foi criada no dia 5 de fevereiro de 1996, pelo Senador José Sarney, então presidente do Senado, com base na [Lei 8.977/95](#), a primeira norma legal a abrir a possibilidade da existência de canais legislativos no Brasil<sup>154</sup>, através da chamada Lei do Cabo. Funciona em sistema fechado.

---

<sup>154</sup> Pela lei, as operadoras são obrigadas a destinar um canal para o Senado Federal entre os chamados canais básicos de utilização gratuita, que devem constar do cardápio de canais oferecidos aos assinantes.

## Goiás

- TV Anhanguera: TV Anhanguera foi fundada em 1963 e faz parte da Organização Jaime Câmara, grupo de mídia que tem sua base no estado de Goiás e opera com jornal (*O Popular*), rádios AM e FM e emissoras de televisão.
- TV Record Goiânia: A emissora da Record em Goiânia pertence à Rede do mesmo nome e foi adquirida pelo bispo Edir Macedo no começo dos anos 90, assim como as praças de Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília.

# **Região Nordeste**

### 3.1 INTRODUÇÃO

A região Nordeste do Brasil é composta por nove Estados da federação: Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas, Sergipe e Bahia. Eles correspondem a cerca de 18% do território nacional (1.554.257,004 Km<sup>2</sup>) e respondem por 13,8% na formação da riqueza nacional.

Com uma população total de cerca de 50,5 milhões, residentes em mais de 13,1 milhões domicílios permanentes, o Nordeste representa mais de 27% da população brasileira. Dentre os mais de 13 milhões de domicílios permanentes existentes no Nordeste, 10,7 milhões possuem aparelhos de TV, número este superior ate mesmo ao número de rádios existentes (cerca de 10,6 milhões).

Há muito tempo caracteriza-se como uma região onde prevalece a dominação política e econômica por pequenos grupos oligárquicos que historicamente dominam o poder local. Atualmente, várias emissoras de rádio e TV pertencem a políticos da região que aproveitam da sua vantagem econômica e seu prestígio local para receberem concessões.

O quadro abaixo apresenta as concessões dos canais de TV e rádio no Nordeste para parlamentares :

Senador	Partido	Tipo	Concessões	Localidade	UF
Alberto Tavares Silva	PMDB	FM	Rede JHJ de Radiodifusão	Parnaíba	PI
Antonio Carlos Magalhães	PFL	AM	Rádio Antena 1 de Ribeira do Pombal	Ribeira do Pombal	BA
Antonio Carlos Magalhães	PFL	TV	TV Subaé	Feira de Santana	BA
Antonio Carlos Magalhães	PFL	TV	Televisão Bahia	Salvador	BA
Antonio Carlos Magalhães	PFL	TV	Televisão Conquista	Vitória da Conquista	BA
Antônio Carlos Valadares	PSB	FM	Empresa Sergipana de Radiodifusão	Simão Dias	SE
César Borges	PFL	FM	Rádio Rio Novo	Ipiauí	BA
César Borges	PFL	FM	Rádio Aimoré de Piritiba	Piritiba	BA
Edison Lobão	PFL	AM	Rádio Guarajara de Barra do Corda	Barra do Corda	MA
Edison Lobão	PFL	AM	Rádio Imperatriz Sociedade	Imperatriz	MA
Edison Lobão	PFL	AM	Rádio e TV Difusora do Maranhão	São Luís	MA
Edison Lobão	PFL	FM	Rádio e TV Difusora do Maranhão	São Luís	MA
Edison Lobão	PFL	OT	Rádio e TV Difusora do Maranhão	São Luís	MA
Edison Lobão	PFL	TV	Rádio e TV Difusora do Maranhão	São Luís	MA
Efraim Morais	PFL	FM	Radio Vale do Sabugy	Santa Luzia	PB
Garibaldi Alves Filho	PFL	AM	Radio Jardim do Serido	Jardim do Serido	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	AM	Radio Baixaverde	João Câmara	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	AM	União Caxeiral de Lajes	Lajes	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	AM	Radio Difusora de Mossoró	Mossoró	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	AM	Radio Cabugy	Natal	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	AM	Radio Santa Cruz	Santa Cruz	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	FM	Radio Trampolim da Vitoria	Parnamirim	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	TV	TV Ponta Negra	Natal	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	TV	Televisão Cabugi	Natal	RN
Garibaldi Alves Filho	PFL	TV	Cabuginet Comunicações	Natal	RN
João Alberto Souza	PMDB	AM	Rádio Jainara	Bacabal	MA
João Tenório	PSDB	FM	Rádio Jornal de Hoje	Maceió	AL
João Tenório	PSDB	FM	TV Pajuçara	Maceió	AL
João Tenório	PSDB	TV	TV Gazeta de Alagoas	Maceió	AL
João Tenório	PSDB	TV	TV Pajuçara	Maceió	AL
José Agripino	PFL	AM	Rádio A Voz do Serido	Caicó	RN
José Agripino	PFL	AM	Rádio Ouro Branco	Currais Novos	RN
José Agripino	PFL	AM	Rádio Libertadora Mossoroense	Mossoró	RN
José Agripino	PFL	AM	Rádio Curimatau de Nova Cruz	Nova Cruz	RN
José Agripino	PFL	FM	Tropical Comunicação	Natal	RN
José Agripino	PFL	TV	Tropical Comunicação	Natal	RN
José Maranhão	PMDB	AM	Radio Serrana	Araruna	PB
José Sarney	PMDB	AM	Rádio Interior	Caxias	MA
José Sarney	PMDB	AM	Rádio Mirante do Maranhão	Imperatriz	MA
José Sarney	PMDB	AM	Rádio Interior	Pinheiro	MA
José Sarney	PMDB	FM	Rádio Mirante do Maranhão	Imperatriz	MA
José Sarney	PMDB	FM	Rádio Mirante	São Luís	MA
José Sarney	PMDB	FM	Radio Difusora de Timon	Timon	MA
José Sarney	PMDB	TV	TV Itapicuru	Codó	MA
José Sarney	PMDB	TV	Rádio Mirante do Maranhão	Imperatriz	MA
José Sarney	PMDB	TV	Televisão Mirante	São Luís	MA
Mão Santa	PMDB	AM	Radio Igaracu	Parnaíba	PI
Marcelo Crivella	PL	TV	TV Cabralia	Itabuna	BA
Maria do Carmo Alves	PFL	AM	Rádio Jornal de Sergipe	Aracajú	SE
Maria do Carmo Alves	PFL	FM	Radio e Televisão Aracaju	Aracajú	SE
Maria do Carmo Alves	PFL	FM	Rádio Jornal de Estância	Estância	SE

Senador	Partido	Tipo	Concessões	Localidade	UF
Maria do Carmo Alves	PFL	FM	Rádio Jornal de Própria	Própria	SE
Reginaldo Duarte	PSDB	AM	Rádio Vale do Cariri	Juazeiro do Norte	CE
Reginaldo Duarte	PSDB	FM	Rádio Vale do Cariri	Juazeiro do Norte	CE
Romero Jucá	PMDB	FM	Serra Negra Radiodifusão	Bezerros	PE
Roseana Sarney	PFL	AM	Rádio Interior	Caxias	MA
Roseana Sarney	PFL	AM	Rádio Mirante do Maranhão	Imperatriz	MA
Roseana Sarney	PFL	AM	Rádio Interior	Pinheiro	MA
Roseana Sarney	PFL	FM	Rádio Mirante do Maranhão	Imperatriz	MA
Roseana Sarney	PFL	FM	Rádio Mirante	São Luís	MA
Roseana Sarney	PFL	FM	Radio Difusora de Timon	Timon	MA
Roseana Sarney	PFL	TV	TV Itapicuru	Codó	MA
Roseana Sarney	PFL	TV	Rádio Mirante do Maranhão	Imperatriz	MA
Roseana Sarney	PFL	TV	Televisão Mirante	São Luís	MA
Tasso Jereissati	PSDB	FM	Rádio FM Casa Blanca	Fortaleza	CE
Tasso Jereissati	PSDB	FM	Jangadeiro	Fortaleza	CE
Tasso Jereissati	PSDB	FM	TV Jangadeiro	Fortaleza	CE
Tasso Jereissati	PSDB	FM	Rádio FM Iguatu	Limoeiro do Norte	CE

Quadro 52 Rádios e Tvs de propriedade de parlamentares no Nordeste

Fonte: EPCOM Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação. Sistema de Controle de Acompanhamento de Cotas (MINICOM, ABR/2004)

A consequência direta dessa política de concessão aos poderes locais é a reduzida produção local de programas de televisão. Muitos dos 71 canais existentes no Nordeste são meros reprodutores da programação nacional e outros divulgam uma ínfima produção local, essencialmente nordestina que não reflete a heterogeneidade cultural do país.

As 71 emissoras (que aparecem no quadro das emissoras no capítulo de TVs abertas) foram contatadas através de e-mail ou por telefone, sendo solicitado a programação semanal da emissora aos responsáveis pela grade de cada tv. Das 71 emissoras, apenas 21 enviaram suas grades de programação do período de 05 a 11 de fevereiro de 2005. Isso representa uma amostra de 29,5% do total, a partir das quais foi feita uma avaliação preliminar e qualitativa da produção audiovisual local entre algumas das principais emissoras das regiões<sup>155</sup>.

<sup>155</sup> Decisão tomada pela coordenação regional que teve origem na não liberação da verba para levar adiante o projeto completo nos nove Estados.

### 3.2 ANÁLISE DA PROGRAMAÇÃO LOCAL

Percebe-se uma tendência de baixa oferta de conteúdo local sendo estas, na sua grande maioria, retransmissoras da programação nacional. Segue abaixo a análise da amostra da programação das emissoras do Nordeste. Os gráficos representam apenas as emissoras que possuem algum tipo de programação local. Como dito anteriormente, a maioria das TVs reproduzem apenas a programação nacional vinculada por emissoras nacionais, como a Globo e o SBT.

#### 1.TV Bahia

É afiliada da Rede Globo na Bahia e pertence ao senador Antonio Carlos Magalhães. O político baiano possui ainda outras quatro concessões de TV no Estado, como foi mostrado na tabela anterior. A exemplo das demais afiliadas da Rede Globo, dedica maior parte de sua programação programas jornalísticos.

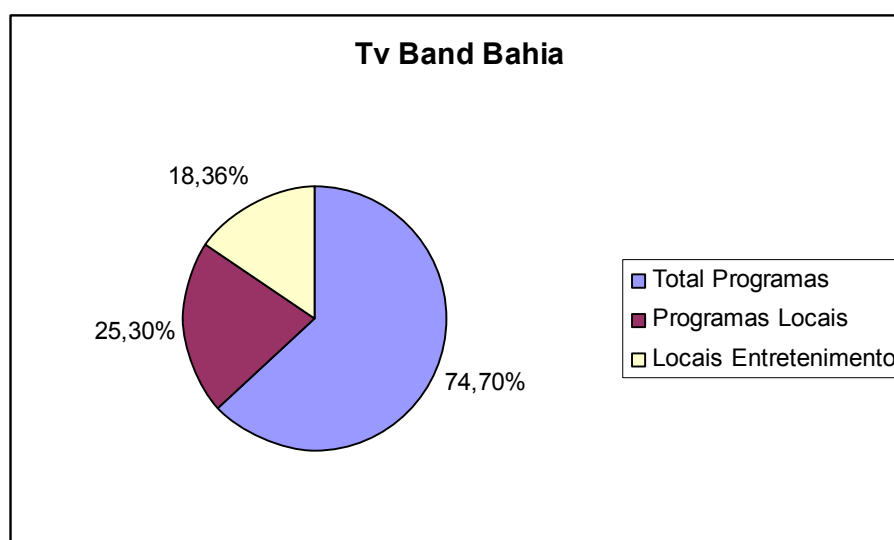


Gráfico 44

O gráfico acima se refere à porcentagem de produção de entretenimento local em relação à grade de programação da semana compreendida entre os dias 05 a 11 de dezembro de 2005. A análise foi feita a partir da quantidade de programas e nele podemos observar que os programas de entretenimento locais se referem a somente 18,36% da grade de programação.

## 2.TV Aratu/BA

É afiliada do SBT e vice-líder na Bahia. A emissora alcança 60% do Estado.

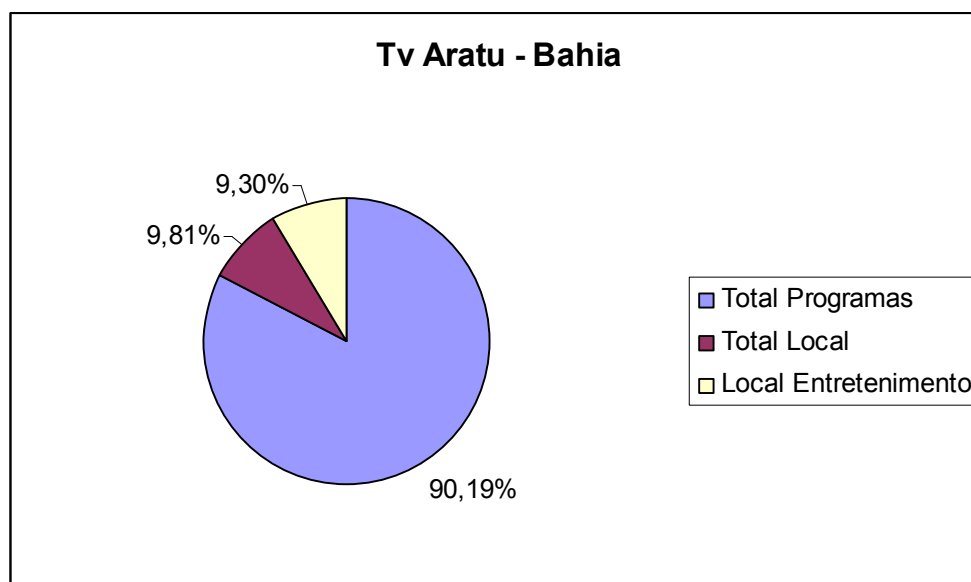


Gráfico 45

Durante a semana, a TV Aratu produz 19% de programação local, mas destes apenas 9,3% são dedicados a programas de entretenimento. Quase a totalidade de sua programação (90,1%) vem de São Paulo.



### 3. TV Borborema/PB

A Televisão Borborema, Canal 4 foi inaugurada oficialmente em 1966, entretanto, a estação entrou em fase experimental em 1963. Pertence ao Grupo Associados (condomínio dos Diários Associados) que possui oito veículos de comunicação na Paraíba: dois jornais, duas emissoras de televisão, três rádios e um portal de notícias.

Durante a semana, a emissora a levou ao ar 8,3% de programas de entretenimento, sendo um deles emitido ao vivo.

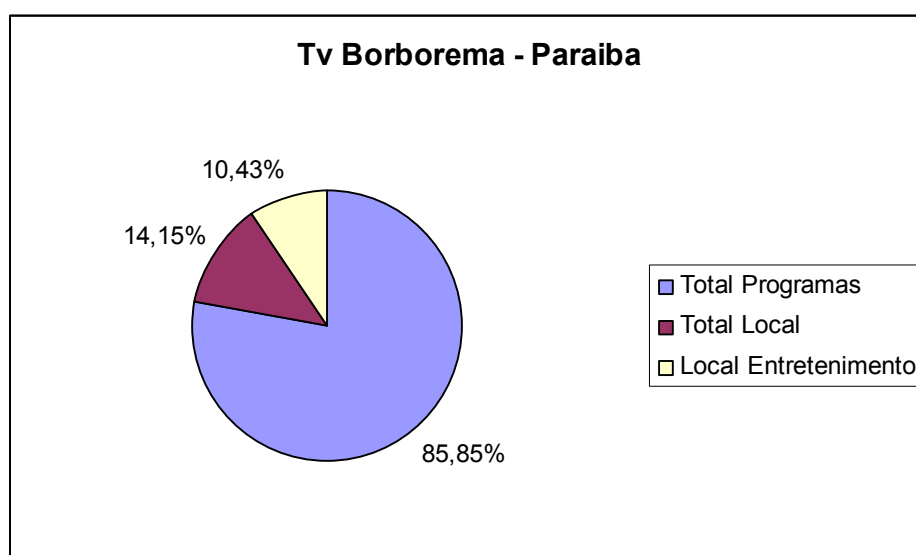


Gráfico 46

### 4. TV Asa Branca

Começou a funcionar em 1991 e é afiliada a Rede Globo. Sua produção local é baseada em programas jornalísticos.

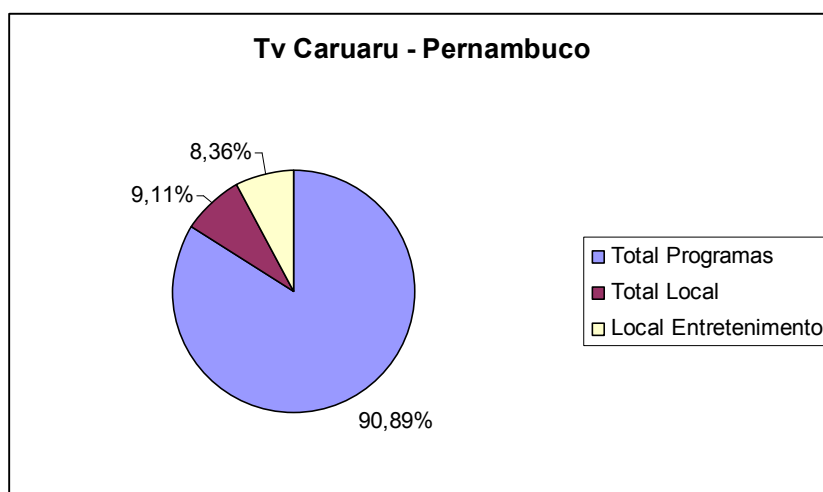


Gráfico 47

Em Pernambuco, a emissora recebe 90,8% da programação da cabeça-de-rede. Em nível local, são levados ao ar apenas 8,3% de programas de entretenimento.

### 5. TV Diário/Ceará

É afiliada da Rede Globo e pertence ao Grupo Verdes Mares, um dos maiores grupos regionais de comunicação da região. Começou a funcionar em 1998.

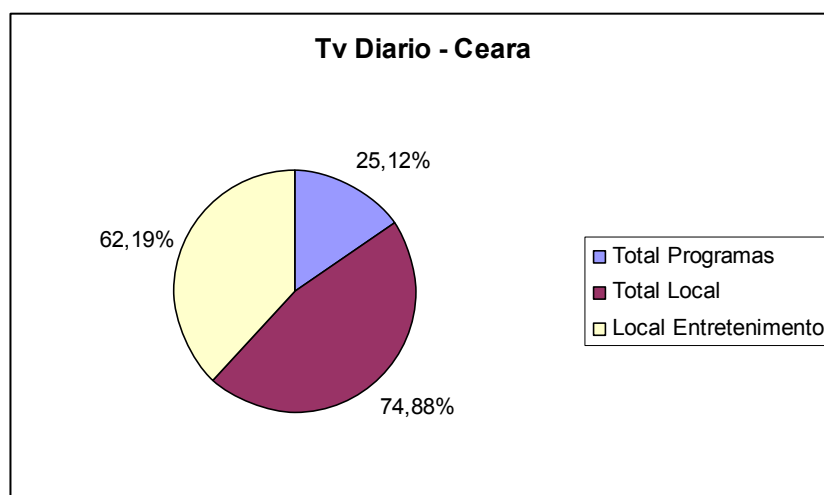


Gráfico 48

Apesar da TV Diário fazer parte do Grupo Verdes Mares, afiliado da Rede Globo, toda a produção é local, tanto nos programas jornalísticos como de entretenimento. Parte dos programas são reprisados na madrugada do dia seguinte

## 6. TV Pajuçara/AL

Emissora afiliada ao SBT, tem sido alvo de denúncias da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) por contratar pessoas sem formação profissional.

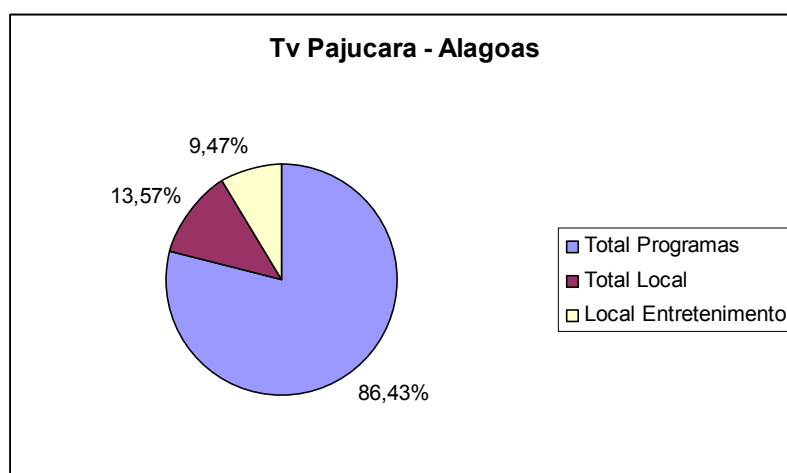


Gráfico 49

Como é característica do SBT, quase a totalidade da grade é preenchida com programação da cabeça-de-rede (86,4%). O restante da programação local é preenchida com programas jornalísticos e programas de entretenimento terceirizados.

## 7. TV Atalaia/SE

O canal 8 é uma das emissoras que compõe o Sistema Atalaia de Comunicação, pertencente às Organizações Walter Franco. Em 2005, completou 30 anos de existência. É afiliada ao SBT.

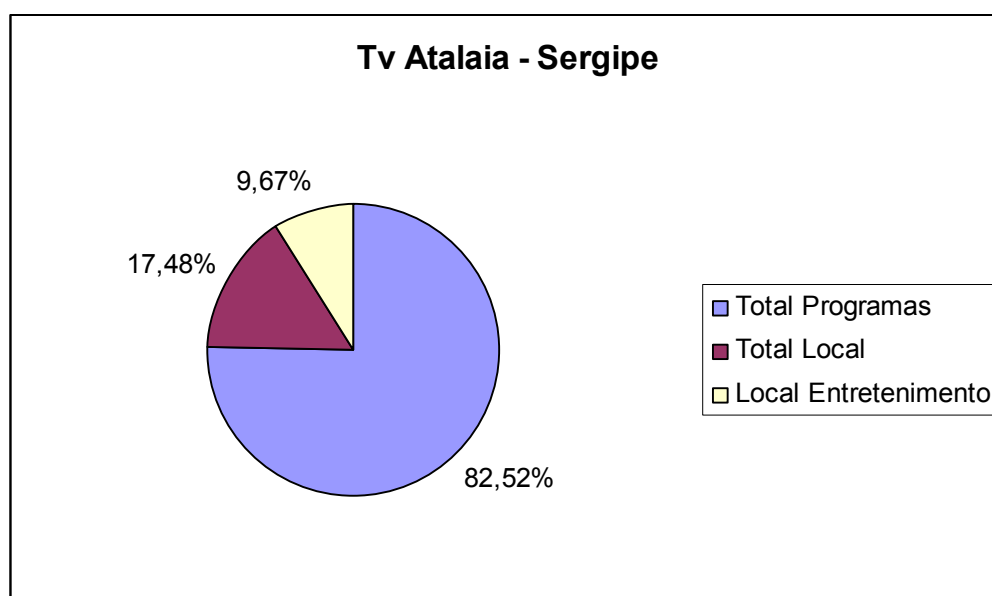


Gráfico 50

A emissora apresenta 82,5% de programas vindos da cabeça-de-rede, o SBT e dedica apenas 9,6% a programas locais de entretenimento.

## 8. TV Difusora/MA

O Sistema Difusora de Comunicação, é composto por um complexo de emissoras de TVs e Rádios e uma rede de retransmissoras espalhadas pelo Maranhão. O grupo, além das

empresas da área de comunicação, também possui negócios na área de mineração, telefonia e transporte aéreo. Funciona desde 1963 e é afiliada ao SBT.

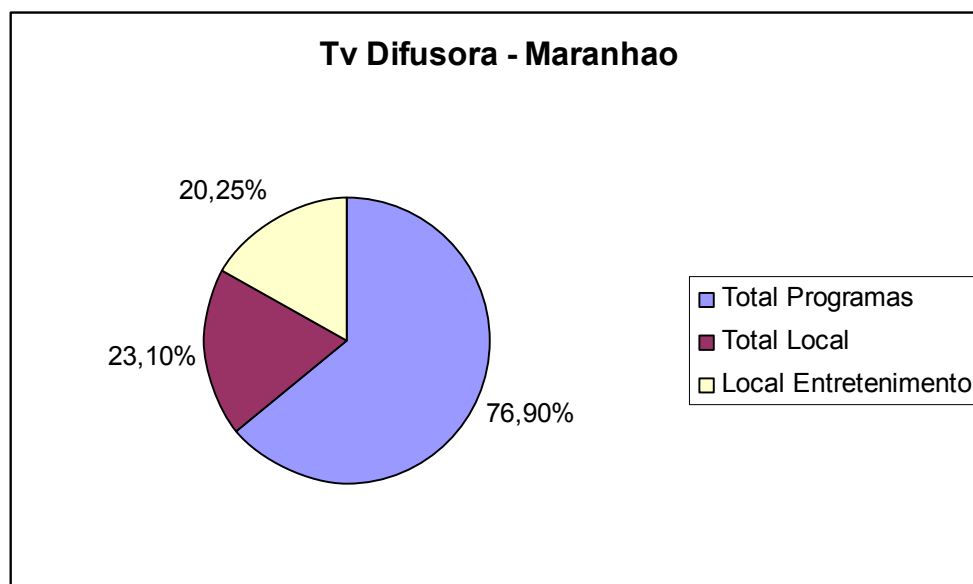


Gráfico 51

Dos 76,9% de programas apresentados na semana estudada, 20,25% correspondem à produção local de entretenimento.

#### 9. TV Jangadeiro/CE

Faz parte do Sistema Jangadeiro de Comunicação, também formado pelas rádios FM Jangadeiro, Net Fortaleza, FM Camocim, FM Brejo Santo, FM Limoeiro e FM Quixadá. A emissora começou a funcionar em 1990. A Rede é integrada por 11 canais de TV em 11 estados do Norte e Nordeste que produzem e exibem em parceria uma programação a partir de projetos desenvolvidos e gerenciados pela TV Jangadeiro.

O primeiro Programa da Rede Norte-Nordeste de TV, gerado pela TV Jangadeiro foi o Estação Turismo, de entretenimento.

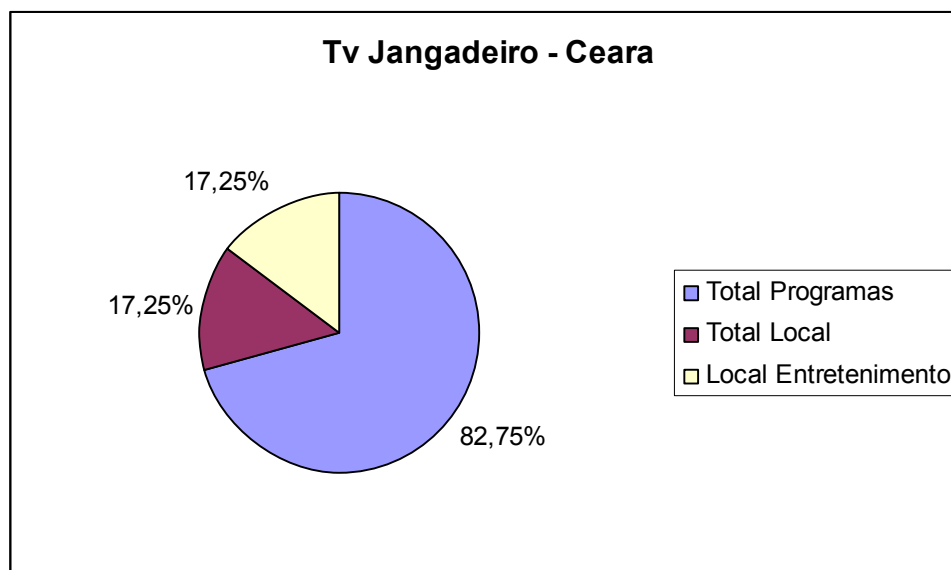


Gráfico 52

Na semana estudada, a emissora levou ao ar 17% de programas locais de entretenimento no que se refere a sua grande semanal de programação.

#### 10. TV Aperipê/SE

Funciona desde 1985 no canal 2. É afiliada a Rede Brasil de TV e recebe programação da TV Cultura de São Paulo e da TV Educativa do Rio de Janeiro. Sua produção local de entretenimento praticamente nula (0,79%).

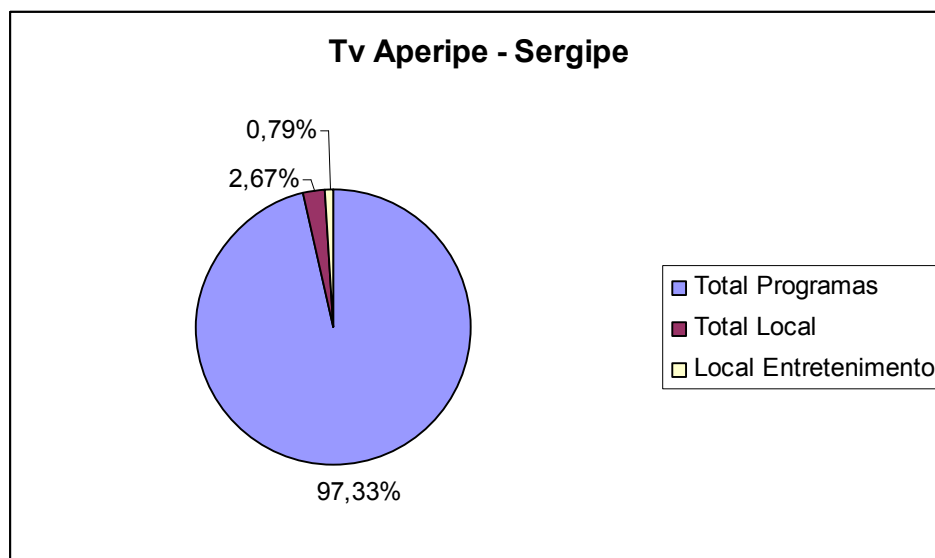


Gráfico 53

## 12. TV Universitária/PE

Em 1968, a emissora passou a atuar em Pernambuco. Primeira televisão educativa do Brasil, a TV Universitária pertence à Universidade Federal de Pernambuco.

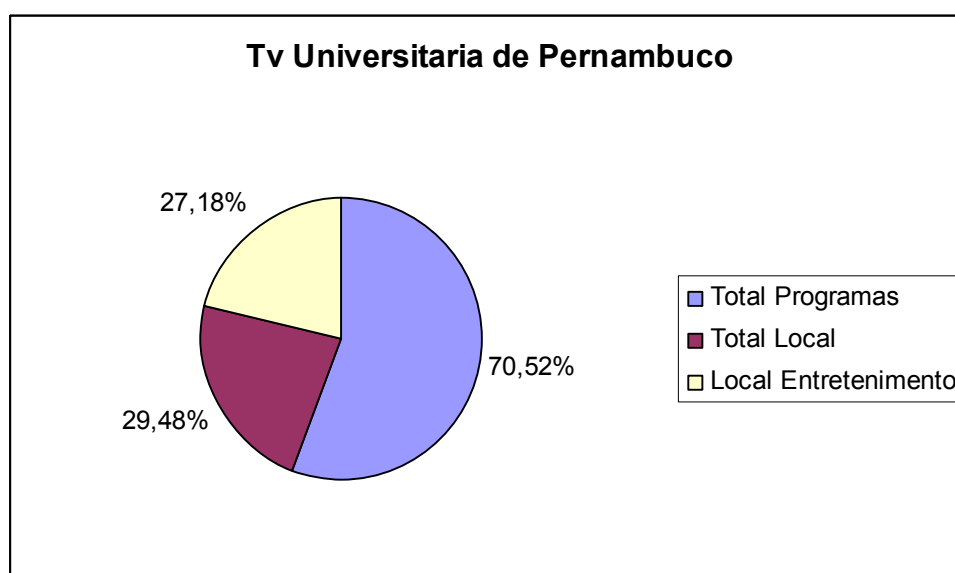


Gráfico 54

A TV Universitária de Pernambuco não possui programas de entretenimento. A maioria da programação local é preenchida com programas jornalísticos. O restante da grade alterna entre reprodução de programas produzidos pela TV Cultura e da TV Educativa do Rio de Janeiro.

### 3.3 A TV SEGMENTADA NO NORDESTE

Estado	Municípios	Operadoras	Tecnologia
Alagoas	Arapiraca	Tv Cidade/NovaCom.	Cabo
	Barra de São Miguel	Acom	MMDS
	Coqueiro Seco	Acom	MMDS
	Maceió	Big Tv e Acom	Cabo e MMDS
	Marechal Deodoro	Acom	MMDS
	Pilar	Acom	MMDS
	Rio Largo	Acom	MMDS
	Santa Luzia do Norte	Acom	MMDS
Satuba	Acom	MMDS	
Total	9	3	
Bahia	Barro Preto	Bahiasat	MMDS
	Buerarema	Bahiasat	MMDS
	Camaçari	RTVC Camaçari	Cabo
	Candeias	Bahiasat	MMDS
	Feira de Santana	Tv Cidade e Bahiasat	Cabo e MMDS
	Ilhéus	Cable.com e Bahiasat	Cabo e MMDS
	Itabuna	Cable.com e Bahiasat	Cabo e MMDS
	Itajuípe	Bahiasat	MMDS
	Itaparica	Bahiasat	MMDS
	Itapé	Bahiasat	MMDS
	Juazeiro	Bahiasat	MMDS
	Lauro de Freitas	RCA Comp. E Bahiasat	Cabo e MMDS
	Madre de Deus	Bahiasat	MMDS
	Porto Seguro	Cable.com	Cabo
	Salinas da Margarida	Bahiasat	MMDS
	Salvador	Tv Cidade e Bahiasat	Cabo e MMDS
	Senhor do Bomfim	TBL Telecom	Cabo
	Simões Filho	Bahiasat	MMDS
	Teixeira de Freitas	RCA Comp.	Cabo
	Uruçuca	Bahiasat	MMDS
Vera Cruz	Bahiasat	MMDS	
Vitória da Conquista	Bahiasat	MMDS	
Total	22	6	



<b>Estado</b>	<b>Municípios</b>	<b>Operadoras</b>	<b>Tecnologia</b>
Ceará	Barbalha	Jangadeiro	MMDS
	Caririaçu	Jangadeiro	MMDS
	Caucaia	Jangadeiro e Tv Show	Cabo e MMDS
	Crato	Jangadeiro	MMDS
	Eusébio	Tv Show	MMDS
	Fortaleza	Jangadeiro e Tv Show	Cabo e MMDS
	Juazeiro do Norte	Jangadeiro	MMDS
	Maracaúna	Tv Cidade, NovaCom. e Tv Show	Cabo e MMDS
	Missão Velha	Jangadeiro	MMDS
	Sobral	Jangadeiro	MMDS
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	
Maranhão	Alcântara	Acom	MMDS
	Paco do Lumiar	Acom	MMDS
	São José de Ribamar	Acom	MMDS
	São Luís	Tv Cidade, Comunicações Nordeste e Acom	Cabo e MMDS
	Timon	Tv Cidade, NovaCom e Acom	Cabo e MMDS
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	
Paraíba	Alagoa Nova	Tv Filme	MMDS
	Areial	Tv Filme	MMDS
	Bayeux	Acom	MMDS
	Cabedelo	Acom	MMDS
	Campina Grande	Tv Filme	MMDS
	Conde	Acom	MMDS
	Esperança	Tv Filme	MMDS
	Fagundes	Tv Filme	MMDS
	João Pessoa	Big Tv e Acom	Cabo e MMDS
	Lagoa Seca	Tv Filme	MMDS
	Massaranduba	Tv Filme	MMDS
	Montadas	Tv Filme	MMDS
	Puxinanã	Tv Filme	MMDS
	Queimadas	Tv Filme	MMDS
	Santa Rita	Acom	MMDS
	São Sebastião de Lagoa de Roça	Tv Filme	MMDS
	Serra Redonda	Tv Filme	MMDS
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	
Pernambuco	Abreu e Lima	Net Serv	MMDS
	Agrestina	Tv Filme	MMDS
	Cabo de Santo Agostinho	Net Serv	MMDS
	Camaragibe	Net Serv	MMDS
	Caruaru	Tv Filme	MMDS
	Jabotão dos Guararapes	Tv Cidade e Net Serv	Cabo e MMDS
	Moreno	Net Serv	MMDS
	Olinda	Tv Cidade e Net Serv	Cabo e MMDS
	Paulista	Tv Cidade e Net Serv	Cabo e MMDS
	Petrolina	Rajada e Bahiasat	Cabo e MMDS
	Recife	Tv Cidade e Net Serv	Cabo e MMDS
	São Caitano	Tv Filme	MMDS
	São Lourenço da Mata	Net Serv	MMDS
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>5</b>	

Estado	Municípios	Operadoras	Tecnologia
Piauí	Parnaíba Teresina	Tv Cidade e NovaCom Acom	Cabo MMDS
Total	2	3	
Rio Grande do Norte	Ceará-Mirim Currais Novos Extremoz Macaíba Mossoró Natal Parnamirim São Gonçalo do Amarante	Acom Sidy's Acom Acom Sis. Oeste de Serv. JPO e Acom Acom Acom	MMDS Cabo MMDS MMDS Cabo Cabo e MMDS MMDS MMDS
Total	8	4	
Sergipe	Aracaju Barra dos Coqueiros Laranjeiras Maruim Nossa Senhora do Socorro Riachuelo Santo Amaro das Brotas São Cristóvão	Tv Cidade e Teleserv Teleserv Teleserv Teleserv Teleserv Teleserv Teleserv Teleserv	Cabo e MMDS MMDS MMDS MMDS MMDS MMDS MMDS MMDS
Total	8	2	

Quadro 53

Resultados Agregados	
Cobertura da Tv por Assinatura - Total Região Nordeste	
Número de Estados	9
Número de Municípios	94
Número de Operadoras*	18
Tecnologias Disponíveis	2
*	
Tv Cidade	
NovaCom.	
Big Tv	
Acom	
Bahiasat	
RTVC Camaçari	
Cable.com	
RCA Comp.	
TBL Telecom	
Jangadeiro	
Tv Show	
Comunicações Nordeste	
Tv Filme	
Net Serv	
Rajada	
Sidy's	
Sis. Oeste de Serv.	
JPO	

Quadro 54. Operadoras de Tv Por Assinatura - Estados e Municípios do Nordeste e Tipo de Tecnologias  
Fonte: Anuário Pay-Tv, 2006

### 3.4 PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA NO NORDESTE

O Nordeste tem se caracterizado por uma respeitável produção audiovisual cinematográfica que pode ser vista, por exemplo, através dos 18 filmes selecionados no Projeto DOC/TV de 2005 nas TV educativas de todo o país.

Na região, Bahia, Ceará e Pernambuco finalizaram em 2005 dos filmes longas-metragens e nove curtas.

Estado: Bahia

Região: Nordeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
Eu me Lembro	-	Ficção	-	-	Longa	N/D1	N/D	N/D	BNDES2	-	-	-
Cidade das Mulheres	-	-	Documentário	-	Longa	N/D	N/D	N/D	ANCINE2	-	-	-
Hansen Bahia	-	-	Documentário	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
Jardim das Folhas Sagradas	-	Ficção	-	-	Longa	Regional	-	-	-	BNDES	-	-

Quadro 55

Fonte: ANCINE Superintendência de Desenvolvimento Financeiro Posição em 30/09/2005 BNDES, 2005 (<http://www.bndes.gov.br/cultura/cinema/projetos.asp>) - PETROBRÁS (<http://www2.petrobras.com.br/CulturaEsporte>)

1 Dado não disponível

2 Financiado pela ANCINE, através de recursos da Lei Rouanet.

Estado: Ceará

Região: Nordeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
A Velha e o Mar	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
A Feijoada	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
Em Busca da Cor	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
No passo da Véia	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
Riso das Flores	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-

Quadro 56

Fonte: PETROBRÁS, 2005 (<http://www2.petrobras.com.br/CulturaEsporte>)

Estado: Pernambuco

Região: Nordeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
Ave Maria Senhora das Almas	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
Floresta do Samba	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-
Véio	-	Ficção	-	Curta	-	Regional	-	-	-	Petrobrás	-	-

Quadro 57

Fonte: PETROBRÁS, 2005 (<http://www2.petrobras.com.br/CulturaEsporte>)

### **3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este breve panorama da Região Nordeste permite reforçar uma situação já observada anteriormente: a força dos políticos locais na mídia regional, principalmente oriundos do PFL, PMDB e PSDB. Além disso, pode ser uma explicação para o fato de haver tão pouco investimento local nos canais da região que, em sua maioria, atuam como transmissoras e não como emissoras de programas.

Neste rápido estudo não foi feita a comparação entre o levantamento realizado pela revista Meio & Mensagem em 1999 sobre a produção local e a produção local de 2005.

### 3.6 APRESENTAÇÃO DAS TVS REGIÃO NORDESTE

- **TV Bahia:** É afiliada da Rede Globo na Bahia e pertence ao senador Antonio Carlos Magalhães. O político baiano possui ainda outras quatro concessões de TV no Estado, como foi mostrado na tabela anterior. A exemplo das demais afiliadas da Rede Globo, dedica maior parte de sua programação programas jornalísticos.
- **TV Aratu/BA:** É afiliada do SBT e vice-líder na Bahia. A emissora alcança 60% do Estado.
- **TV Borborema/PB:** A Televisão Borborema, Canal 4 foi inaugurada oficialmente em 1966, entretanto, a estação entrou em fase experimental em 1963. Pertence ao Grupo Associados (condomínio dos Diários Associados) que possui oito veículos de comunicação na Paraíba: dois jornais, duas emissoras de televisão, três rádios e um portal de notícias.
- **TV Asa Branca/PE:** Começou a funcionar em 1991 e é afiliada a Rede Globo. Sua produção local é baseada em programas jornalísticos.

- **TV Universitária/PE:** Em 1968, a emissora passou a atuar em Pernambuco. Primeira televisão educativa do Brasil, a TV Universitária pertence à Universidade Federal de Pernambuco.
- **TV Diário/Ceará:** A afiliada da Rede Globo e pertence ao Grupo Verdes Mares, um dos maiores grupos regionais de comunicação da região. Começou a funcionar em 1998.
- **TV Jangadeiro/CE:** Faz parte do Sistema Jangadeiro de Comunicação, também formado pelas rádios FM Jangadeiro, Net Fortaleza, FM Camocim, FM Brejo Santo, FM Limoeiro e FM Quixadá. A emissora começou a funcionar em 1990. A Rede é integrada por 11 canais de TV em 11 estados do Norte e Nordeste que produzem e exibem em parceria uma programação a partir de projetos desenvolvidos e gerenciados pela TV Jangadeiro.
- **TV Pajuçara/AL:** Emissora afiliada ao SBT, tem sido alvo de denúncias da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) por contratar pessoas sem formação profissional.
- **TV Atalaia/SE:** O canal 8 é uma das emissoras que compõe o Sistema Atalaia de Comunicação, pertencente às Organizações Walter Franco. Em 2005, completou 30 anos de existência. É afiliada ao SBT.



- **TV Aperipê/SE:** Funciona desde 1985 no canal 2. É afiliada a Rede Brasil de TV e recebe programação da TV Cultura de São Paulo e da TV Educativa do Rio de Janeiro.
- **TV Difusora/MA:** O Sistema Difusora de Comunicação, é composto por um complexo de emissoras de TVs e Rádios e uma rede de retransmissoras espalhadas pelo Maranhão. O grupo, além das empresas da área de comunicação, também possui negócios na área de mineração, telefonia e transporte aéreo. Funciona desde 1963 e é afiliada ao SBT.

# **Região Sul**

## 4.1 INTRODUÇÃO

Considerada a região de melhor qualidade de vida do país, a região Sul<sup>156</sup> é composta pelos Estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná onde vivem 25,4 milhões de brasileiros descendentes de alemães, portugueses, italianos, poloneses, espanhóis e árabes. O índice de analfabetismo está abaixo de 9%, a renda per capita por habitante é de 1.197,00 reais no Rio Grande do Sul; 1.219,00 reais em Santa Catarina e 1.122,25 no Paraná.. Estes dados colaboram para que o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH)<sup>157</sup> da região sejam os mais altos do Brasil.

O Rio Grande do Sul, com 10,2 milhões de habitantes, possui 1,3 milhão situados na capital, Porto Alegre e apresenta o maior índice de leitura do país: cinco livros ao ano. O Estado possui 465 municípios, um dos percentuais mais altos, segundo dados do Instituto Brasileiro de Estatística (IBGE).

Já Santa Catarina, famosa por suas praias, é o menor estado da região, com 5,7 milhões de habitantes, sendo que destes, 360 mil vivem na capital, Florianópolis. Embora seja o menor Estado em termos populacionais e em de número de municípios (293), possui o maior produto interno bruto (PIB): 12,2 mil reais, no ano 2000.

O Paraná tem 9,5 milhões de habitantes, sendo que deles, 1,7 milhões moram na capital, Curitiba, considerada a capital ecológica do país. O Estado possui 399 municípios e possui a maior cobertura de TVs por assinatura da região: 48 municípios.

---

<sup>156</sup>Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). *Resultados da Amostra do Censo Demográfico 2000*. Brasília Disponível em: < <http://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em jan de 2006.

<sup>157</sup> Índice desenvolvido pela Organização das Nações Unidas (ONU).

No que diz respeito às TVs por assinatura, essas 48 cidades representam 5,2 milhões de habitantes, enquanto Santa Catarina possui 34 municípios com cobertura e uma população de 2,7 milhões de pessoas. O Rio Grande do Sul, inversamente proporcional ao número de municípios, possui a menor cobertura de TVs por assinatura: 31 cidades que representam 5,1 milhão de habitantes atingidos pela TV por assinatura<sup>158</sup>. Os três Estados utilizam os canais legislativo, universitário e comunitário disponíveis gratuitamente nas operadoras da Net e TVA<sup>159</sup>

#### Serviços de TV por assinatura em operação na região Sul.

Estado	MMDS	TVC	TVA	DTH	TOTAL
Paraná	4	23	3	-	30
Santa Catarina	6	19	-	-	25
Rio Grande do Sul	6	20	2	-	28

Quadro 58

Fonte: Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Superintendência de Serviços de Comunicação de Massa. *Dados estatísticos dos Serviços de TV por assinatura, Capítulo I. Dezembro / 2005*. Brasília, 11 jan. 2006. Disponível em: <<http://anatel.gov.br/>>. Acesso em janeiro de 2006.

Em termos de TVs abertas, a Região Sul alto índice de concentração de meios de comunicação, onde algumas famílias possuem complexos multimidiáticos que incluem rádios AM e FM, jornais impressos e on line, TVs abertas e por assinatura, agência de notícias e portal na internet. A região possui uma rede nacional de TV no Paraná, a CNT, que pertence a família Rodriguez e a maior rede regional de comunicação da América Latina, a Rede Brasil de comunicações (RBS), pertencente a família Sirotsky, localizada no Rio Grande do Sul. Além disso, possui outros grupos regionais importantes, como a família Perelli (Santa Catarina e Paraná) ou o grupo Paulo Pimentel (Paraná).

<sup>158</sup> Fonte: Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Superintendência de Serviços de Comunicação de Massa. *Dados estatísticos dos Serviços de TV por assinatura, Capítulo I. Dezembro / 2005*. Brasília, 11 jan. 2006. Disponível em: <<http://anatel.gov.br/>>. Acesso em jan de 2006.

<sup>159</sup> Sobre o tema, ver dados sobre a Lei do Cabo, de 1995.

## 4.2 RIO GRANDE DO SUL

No Estado a presença da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) é marcante em todas as mídias. Em termos de radiodifusão, possui três canais de TV: a RBS TV, afiliada da Rede Globo; a TV Com e o Canal Rural, sendo que estes últimos funcionam em sinal fechado.

Emissora	Estado	Programas locais/regionais	Características Principais	Dia	Horário
RBS	RS	Galpão Crioulo	Programa musical de músicas regionais do Rio Grande do Sul.	Domingo	06:30
		Patrola	Programa de variedades sobre a cena cultural do Rio Grande do Sul	Sábado	13:45
		Minha História de Natal	Série de histórias de natal emocionantes do natal dos telespectadores	Sábado	12:25
		Anônimos Gourmet	Programa de culinária	Sábado	08:30
SBT	RS	Coisas do Sul	Programa que relata as tradições culturais do Rio Grande do Sul	Domingo	09:00
Pampa	RS	Xicão Toffani	Programa de variedades sobre a vida noturna da Capital, Porto Alegre	Sábado	10:00
		Zoom	Programa de entrevistas sobre variedades culturais	Seg-Sex	13:00
Guaíba	RS	1. Querência	Programa de música nativista	Domingo	12h
		2. Guaíba Documenta	Programa de documentários e viagens	domingo	13h15
TVE	RS	Pandorga:	Programa infantil	Seg-Sex Sábado	9:30 e 13:00 11:30
		Radar	Programa cultural para jovens	Seg-Sábado	18:00
		Sonora Tribo	Programa de variedades	Sábado	22:00
		Primeira pessoa	Entrevistas com agentes da área cultural	Segunda e Sábado	23:00 e 00:00
		TV Cine	Comentários sobre curtas metragens	Domingo	22:30
		Palcos da vida	Apresentação musical de artistas nacionais	Sábado	19:30
		Paralelo Sul	Turismo da Região do Rio Grande do Sul	Sábado	19:00
		Hip-hop Sul	Programa sobre a cena cultural do Hip Hop na capital gaúcha	Quinta-feira	23:30
		Concertos TVE	Musical de música clássica	Domingo	20:00
Doc TV	Apresenta documentários nacionais.	Domingo Sábado Quarta-feira	23:00 21:00 01:30		

Quadro 59 Programas de entretenimento produzidos localmente pelas TVs abertas

## 1.RBS TV

A emissora da RBS TV de Porto Alegre faz parte da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) e é considerada a maior rede de televisão regional da América do Sul. A emissora foi fundada em 1957, a partir da associação do empresário Maurício Sirotsky Sobrinho à Rádio Gaúcha de Porto Alegre. O grupo RBS expandiu suas atividades com a concessão do canal 12, TV Gaúcha, em dezembro de 1962, cobrindo integralmente com seus veículos de comunicação os Estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. É afiliada da Rede Globo<sup>160</sup>.

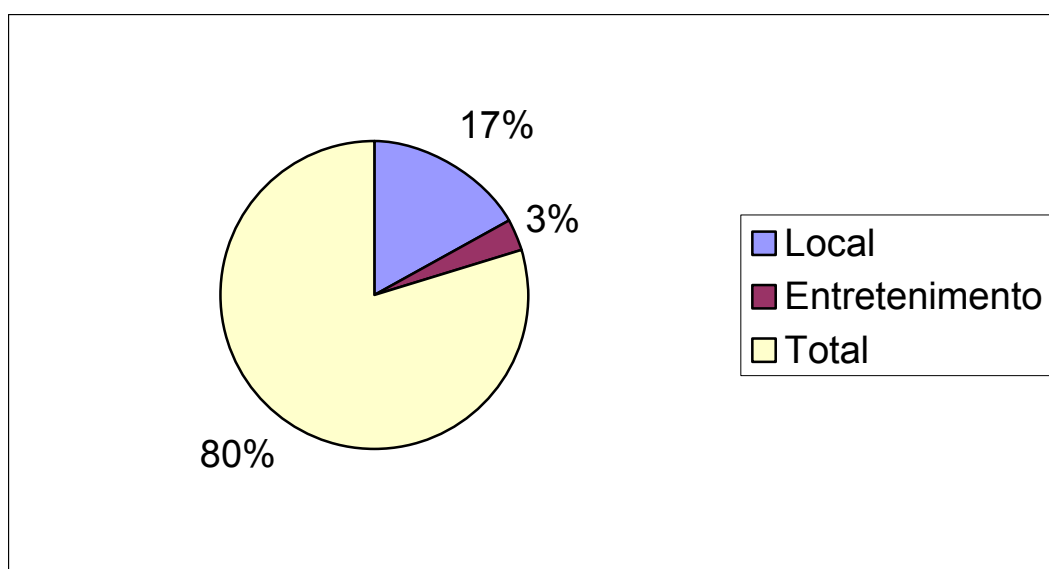


Gráfico 55

A produção local de programas de entretenimento da emissora no Estado apresenta uma média semanal de aproximadamente 8%, já que o forte da RBSTV são os programas

<sup>160</sup> <http://www.eps.ufsc.br/disserta99/lima/cap7.html>

jornalísticos. Durante o estudo qualitativo realizado na semana de 05 a 11 de dezembro de 2005, a emissora apresentou 176 programas. Destes, 30 eram programas de produção local, o que representa 17% da grade e apenas 3,4% de entretenimento.

Mesmo sem uma produção local semanal na categoria entretenimento significativa, a RBS TV é conhecida pela produção de séries regionais, assim como pelas coberturas de eventos<sup>161</sup>. Durante o ano de 2005, foram apresentadas quatro séries: *Festa de Casamento* (cinco episódios transmitidos aos sábados, de maio a junho); *Fazendas & Estâncias* (quatro episódios transmitidos aos sábados, em julho) e *Ordem & Progresso* (seis episódios, transmitidos aos sábados, de agosto a outubro). Em dezembro foi ao ar *Minha História de Natal* (quatro episódios transmitidos aos sábados).

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 mostra que houve um acréscimo de um programa local em 2005.

## 2. TV Bandeirantes canal 10

Pertence ao grupo Bandeirantes de São Paulo, que também possui rádio AM e FM no Estado. Antes era conhecida como Canal 10.

---

<sup>161</sup> A RBS também fez coberturas jornalísticas dos seguintes eventos: Garota verão, Planeta Atlântida,

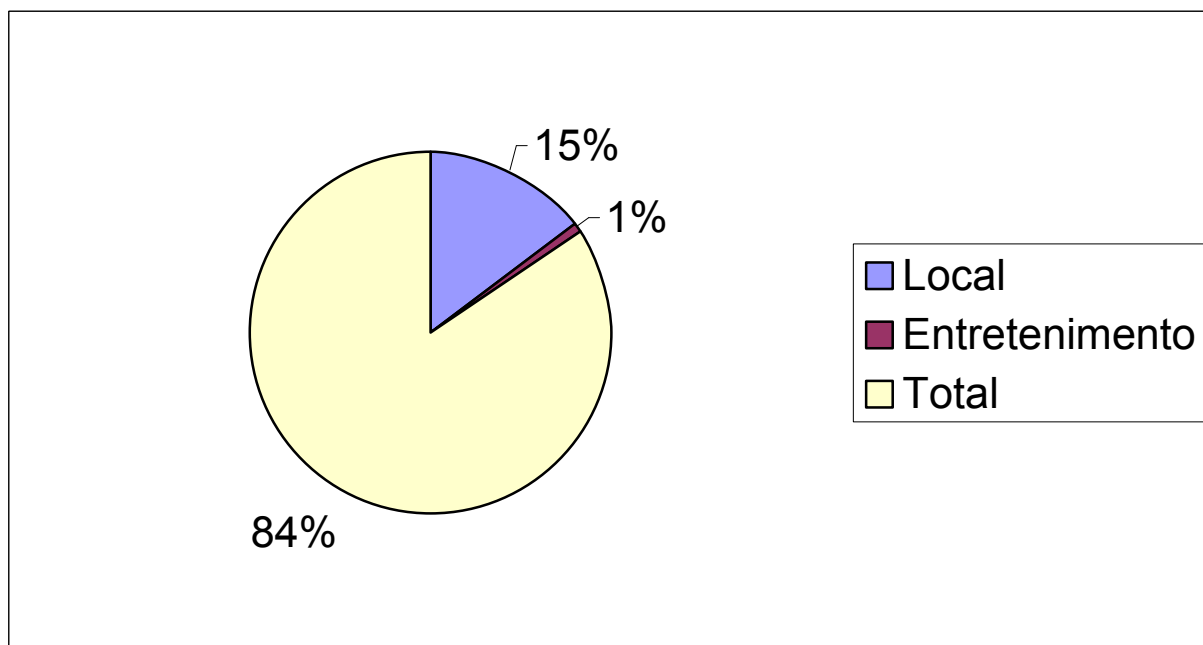


Gráfico 56

Em Porto Alegre, a programação local está voltada para o jornalismo. Durante semana estudada, foram apresentados 122 programas, muitos deles religiosos, vindos da cabeça-de-rede em São Paulo. Desde 18 eram programas locais, ou seja, um percentual de 5,8 %, mas os programas de entretenimento locais representaram somente 0,8% da grade.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local mostra que a programação local de entretenimento se mantém igual.

### 3. SBT

O SBT Porto Alegre é uma emissora do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), que composto por 107 afiliadas espalhadas pelo território nacional. O SBT é a segunda maior rede de televisão do país, abrangendo 98% do total da população.



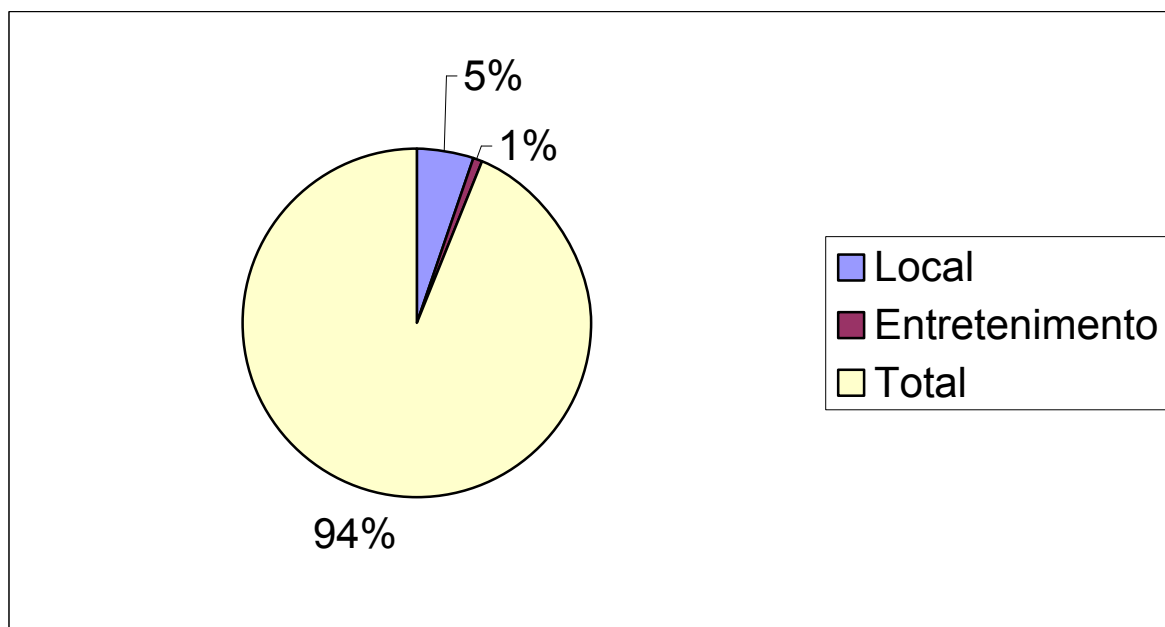


Gráfico 57

No Rio Grande do Sul, a emissora tem média semanal de programação local da categoria entretenimento de inexpressivos 0,7%, menor ainda que a TV Bandeirantes (0,8%). Além dos programas jornalísticos, a emissora apresenta um único programa de entretenimento chamado *Coisas do Sul*, nos domingos pela manhã.

No total, foram apresentados 114 programas, sendo seis locais, ou seja, 5,2%.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local não contemplou o SBT Porto Alegre.

#### 4.TV Pampa/Record

A TV Pampa é afiliada da Record no Rio Grande do Sul. A emissora inaugurou suas atividades em Porto Alegre em 1980 como emissora independente. A empresa se estendeu para o interior do Estado criando, nos anos 80, a Rede Pampa de Comunicação, composta da

TV Pampa de Carazinho, da TV Pampa de Pelotas e da TV Pampa de Santa Maria. A Rede Pampa pertence à família Gadret.

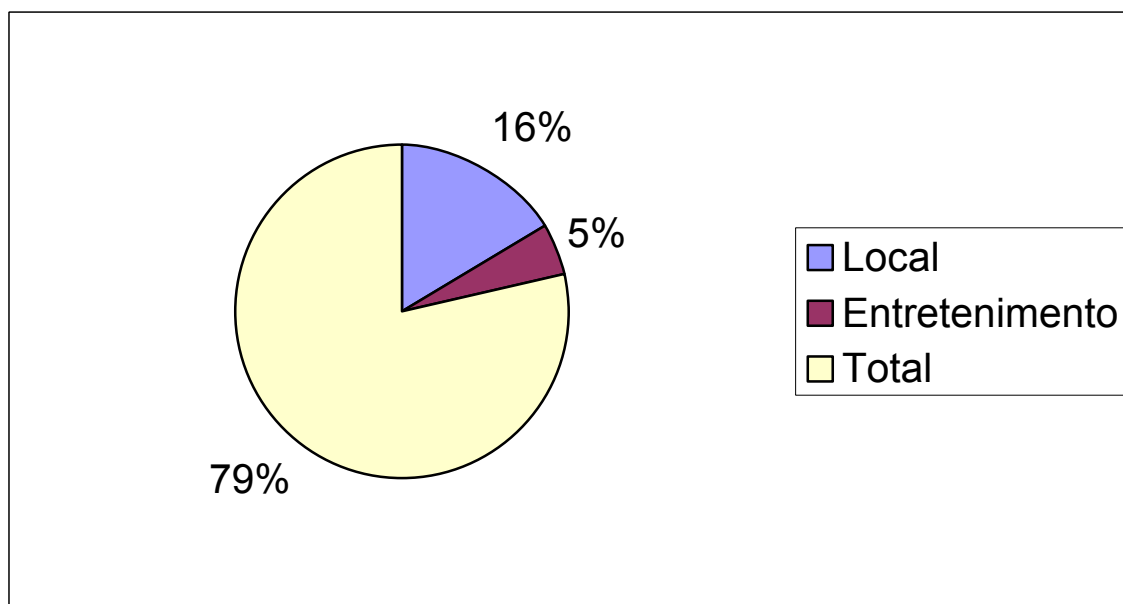


Gráfico 58

A emissora leva ao ar 141 programas durante a semana, sendo 23 programas locais, o que corresponde a 16,3% da programação. No entanto, a média de programas de entretenimento semanal é de 5%. O levantamento realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local mostra que houve aumento da programação local de entretenimento, pois naquela época havia apenas um formato de entretenimento: o musical *Bailanta*, que já saiu do ar. Atualmente TV Pampa são apresentados dois programas de entretenimento: *Programa Xicão Tofani* e *Zoom*,

## 5. TV Guaíba

A Televisão Guaíba Ltda. foi inaugurada em 10 de março de 1979 e fazia parte do Sistema Guaíba-Correio do Povo (Jornal Correio do Povo, Rádio Guaíba AM e FM e

Televisão Guaíba Ltda). Depois da falência do proprietário, Caldas Jr., a empresa foi vendida para o empresário da soja Renato Ribeiro, que também comprou as rádios e o jornal). É uma TV independente de caráter local.

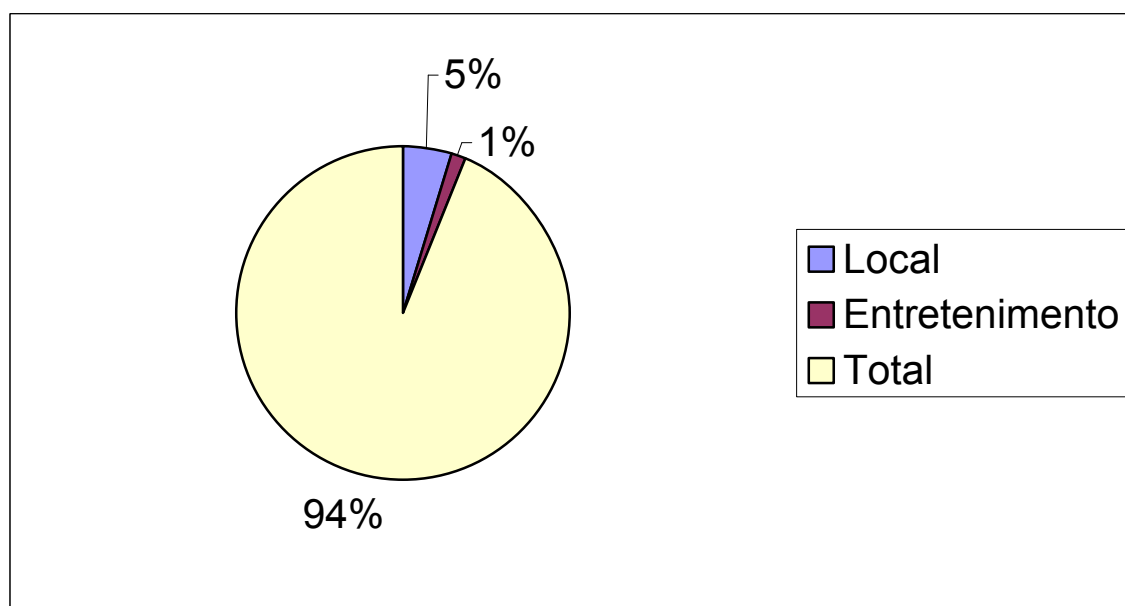


Gráfico 59

Durante a semana estudada, a TV Guaíba apresentou 118 programas. Deste seis eram programas locais, o que representa 5% da grade. Quanto ao formatos de entretenimento, apesar de ser uma emissora aberta da capital, se restringem a ralos 1,4% da programação. Dois programas de entretenimento são levados ao ar pela emissora: *Querência* e *Guaíba Documenta*.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local não contemplou a TV Guaíba de Porto Alegre.

## 6. TVE /RS

A Fundação Cultural Piratini - Rádio e Televisão foi inaugurada em 1968 quando o Governo Federal outorgou ao Governo do Estado a concessão de uma televisão para fins educativos, no canal 7 de Porto Alegre. Começou a funcionar em 1974 e apresenta programas reconhecidos nacionalmente, como *Radar*, para jovens, e *Pandorga*, voltado para o público infantil.

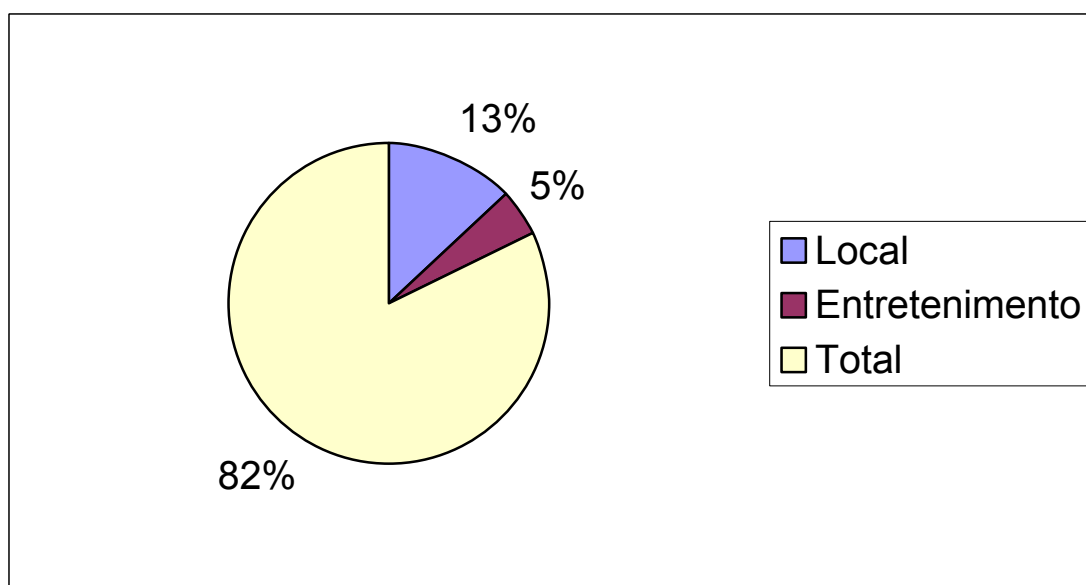


Gráfico 60

A média semanal de programação local da TVE é de 13,6%, mas este número cai para 4,5% quando se restringe aos formatos de entretenimento. Durante a semana estudada, a emissora apresentou 216 programas, sendo que destes 29 são produzidos em Porto Alegre (13%). A TVE produz 10 programas de entretenimentos, o mais alto índice registrado no Rio Grande do Sul, mas apresenta também alto percentual de programas repetidos.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local não contemplou as TVs públicas.

### 7. Canal Rural

A emissora, que pertence ao Grupo RBS, entrou em operação em 1996 está sediada em Porto Alegre. Conta com estúdios em São Paulo e Brasília, além de sucursais em Campo Grande, Goiânia e Londrina(PR). Está disponível no canal a cabo (Net)

Embora apresente programação local voltada para agronegócios, o Canal Rural não possui formatos de entretenimento.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local não contemplou as TVs por assinatura, apenas algumas TVs abertas.

### 8. POA TV Canal Comunitário

A POA TV foi a primeira emissora comunitária do Brasil. Nasceu em 1996, denominada Canal Comunitário de Porto Alegre. Mais tarde mudou para POA/TV<sup>162</sup>. Sua mantenedora é a Associação das Entidades Usuárias de Canais, formada por sindicatos, associações de bairro, de classe e grupos religiosos.

O canal POA TV não entra na grade de programação de TVs apresentada diariamente pelo jornal *Zero Hora*, fonte primária de estudo desta pesquisa sobre a produção audiovisual

---

<sup>162</sup> Isso ocorreu depois que uma pesquisa mostrou que os gaúchos identificavam como sendo comunitário o canal privado da RBS que funciona em sistema fechado, a TV Com.

brasileira. Mas gostaríamos de salientar que a emissora comunitária apresenta programas locais de através de diferentes formatos como *Curtas Gaúchos*, sobre diferentes estilos musicais, como é o caso de *Parceiros da Folia*, *Bossa Nova* ou *Música*, programa infantil (*Bete Criança*) e sobre cultura, como *Mix Cultural*. Embora repetindo várias vezes a programação, o canal POA TV apresenta problemas para fechar sua grade diária.

#### 9. TV Justiça

A TV Justiça é um canal legislativo transmitido por sistema fechado (Net) e possui transmissão para os três estados da região Sul. No Rio Grande do Sul, produz dois programas locais.

#### 10. TV Justiça

A TV justiça é um canal legislativo transmitido por sinal fechado (Net) e possui transmissão para os três estados da região Sul. No Rio Grande do Sul possui dos dois programas locais transmitindo duas vezes por semana, obtendo uma média semanal da programação total de 4%.

#### 11. TV COM

A TV Com é uma emissora comercial que pode ser assistida pela TV a cabo (Net, canal 36). Ela pertencente à Rede Brasil Sul de Comunicação, empresa da família Sirotsky. Em Porto Alegre, a emissora apresenta 190 programas locais, todos produzidos na capital. Metade da programação, isto é, 50%, correspondem a formatos de entretenimento. No entanto, é

preciso ressaltar que metades desses 95 programas independente da categoria que estejam incluídos são uma produção da co-irmã RBS TV, reprisados mais de uma vez ao dia na TV COM.

No que diz respeito aos programas locais de entretenimento a emissora produz 32% de formatos sobre música, cinema e variedades.

## 12. TV Assembléia

A TV Assembléia legislativa é uma das 17 TVs legislativas do país. Foi inaugurada em 1996, depois da aprovação da Lei do Cabo. Funciona no canal 16 da Net, que passou a transmitir ao vivo as sessões plenárias, o trabalho das comissões e também programação elaborada pela emissora voltada apenas para o jornalismo. No Estado, 16 municípios recebem a programação da TV Assembléia.

O Canal Legistalivo do Rio Grande do Sul tem 88% de programação local de entretenimento, exibindo programas que abrangem os gêneros séries, variedades e filmes, geralmente curtas. O outros 12% também são de programas locais do gênero informativo.

## 13. Rede vida

A Rede Vida é uma emissora ligada à Igreja Católica que transmite sua programação para Rio Grande do Sul direto de São Paulo pelo canal a cabo (NET). O Estado é o único estado do Sul do país que envia dois programas produzidos em Porto Alegre para a Rede

Vida/SP: *Ponto de Encontro Cultural*, realizado pela Pontifícia Universidade Católica PUC/RS e um programa de reportagem.

#### 14. UNITV - Canal Universitário

A região da Grande Porto Alegre possui dois canais universitários: a UNITV, TV Universidade de Porto Alegre e a TV Unisinos.

A UNITV (TV Universidade de Porto Alegre) reúne as Instituições de Ensino Superior de Porto Alegre e iniciou suas atividades em fase experimental em 1998. Foi inaugurada e começou a transmitir sua programação regular no dia 3 de setembro do mesmo ano. Opera no Canal 15 da TV a Cabo (Net) e tem como instituições responsáveis a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Centro Universitário Ritter dos Reis (UNIRITTER) e Fundação Faculdade Federal de Ciências Médica de Porto Alegre (FFFCMPA).

Tem a maior parte da programação voltada para programas jornalísticos.

#### 15. TV Unisinos Canal Universitário

Foi criada oficialmente em 2003, depois de funcionar dois anos em fase experimental. Está localizada em São Leopoldo, cidade que faz parte da Grande Porto Alegre. Tem parceria com o Canal Futura e apresenta programação própria. Pertence a Fundação Padre Urbano Thiesen, cuja mantenedora é a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Pode ser



assistida no Canal 32 da TV a cabo (Net) por moradores de Porto Alegre e do Vale do Rio dos Sinos.

Produz seis horas de programação local, divididas em 12 programas jornalísticos e quatro na categoria entretenimento. Mas além disso, apresenta semanalmente, programas de música documentários e curtas-metragens da região. Os alunos também tem espaço reservado de meia hora semanal para mostrar programas realizados nas emissoras. Todos os programas possuem horário alternativo.

#### 16. Ulbra TV

Embora seja realizada pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), a TV Ulbra é uma TV comercial. Começou a funcionar em 2005 e tem como razão social Comunidade Evangélica de São Paulo. Está localizada no canal 48 da TV a cabo (Net). Tem parceria com a TV Senac/SP e apresenta programação própria.

Sua média semanal de produção local de programas de entretenimento é de 50% do total da grade. Os formatos da Ulbra TV correspondem a programas musicais, exibição de filmes, programas de variedades e um programa religioso<sup>163</sup>. Entre eles se destaca o programa *Fora de Série*, onde são levados ao ar documentários e séries.

---

<sup>163</sup> <http://www.ulbra.br/tecnologia/ulbratv.htm>. Acesso em jan de 2006.

## 17. MTV

Canal de música jovem do Grupo Abril que é emitido pela TV a cabo (canal 24) e também por sinal aberto. A emissora completou em 2005, 15 anos no mercado brasileiro e, nesse ano começou a transmitir programas locais em Porto Alegre.

Na capital gaúcha, é realizado um programa local de entretenimento transmitido três vezes por semana, obtendo uma média semanal de 2%, entre o total da grade (152 programas). Trata-se do formato de variedades *Drops*, levado ao ar durante o telejornal da emissora.

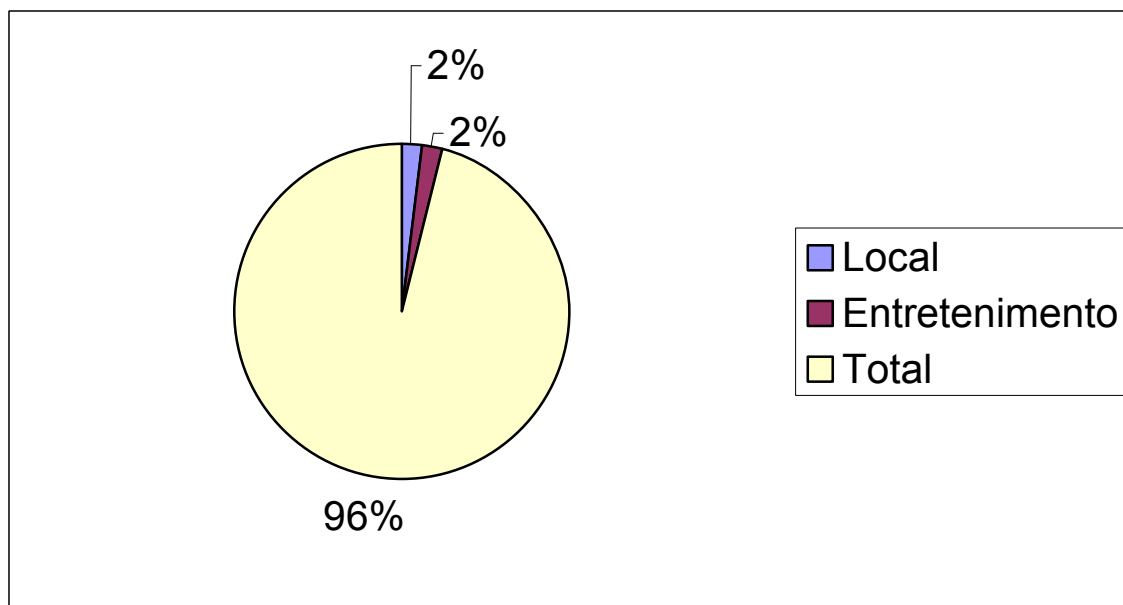


Gráfico 61

### 4.3 SANTA CATARINA

RBS SC	SC	Curtas Catarinenses	Mostra de curtas produzidos no estado	sábados	12h
		Roteiros de Verão (série)	Turismo nas praias catarinenses. (não é programação fixa)	sábados	12h15
Band	SC	Igreja da graça	Religioso	Seg-Sex e Domingo	05:30
		Visita ao nosso lar	Religioso	Seg-Sab	07:00
		Programa Cesar Souza	Variedades com participação popular	Seg-Sex	13:10
Record	SC	A emissora não produz programação local dentro das variáveis pesquisadas	-	-	-
Rede TV Sul	SC	Casa TV	Variedades sobre a vida artística de SC	Seg-Sex	19:00

Quadro 60 Programas de entretenimento produzidos localmente pelas TVs abertas

#### 1.RBS TV/SC

Empresa que faz parte da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) e, mesmo sendo emissora, segue o padrão RBS que, por sua vez, segue o padrão Globo de produções. Surgiu em Santa Catarina nos anos 80. A empresa é especializada em programas jornalísticos, mas dedica espaço para produção de séries locais.

Há três anos a emissora emite durante os sábados antes do *Jornal do Almoço* produções locais, divididas entre programas especiais, séries e filmes de curta-metragens (projeto Curtas Catarinenses), a exemplo dos projetos que desenvolve no Rio Grande do Sul. Essa programação também é mostrada na TV COM de Santa Catarina.

O projeto Santa Catarina em Cena 2005 foi chamado *Roteiros de Verão* e exibido durante 29 episódios a partir de 26 de novembro de 2005. Em outubro, outro projeto foi levado ao ar chamado Curtas Catarinenses, onde foram apresentadas oito obras locais.

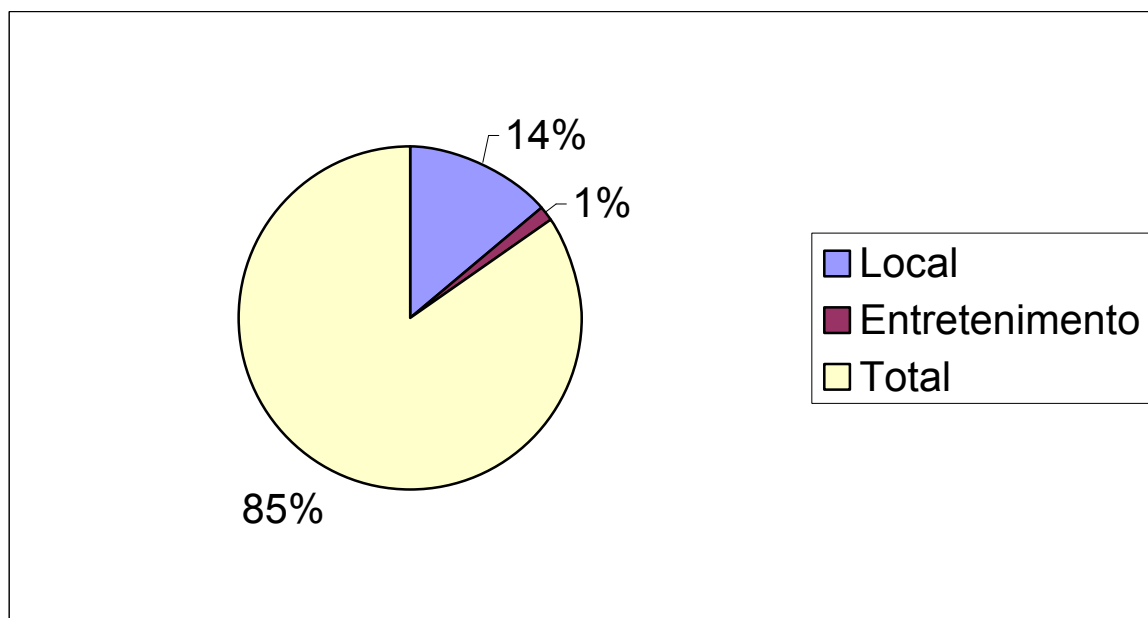


Gráfico 62

Durante a semana de 05 a 11 de dezembro a RBS TV/SC apresentou 239 programas, sendo que destes 33 eram locais, o que representou 13,8% da programação e apenas 1,35% de entretenimento.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 mostra que foi criado um programa de entretenimento neste período.

## 2. TV O Estado - SBT/SC

Atende pela razão social TV O Estado Florianópolis Ltda. e é uma emissora afiliada a Rede SBT, podendo ser encontrada no canal 4. Pertence a família Petrelli, do Grupo Redesc.

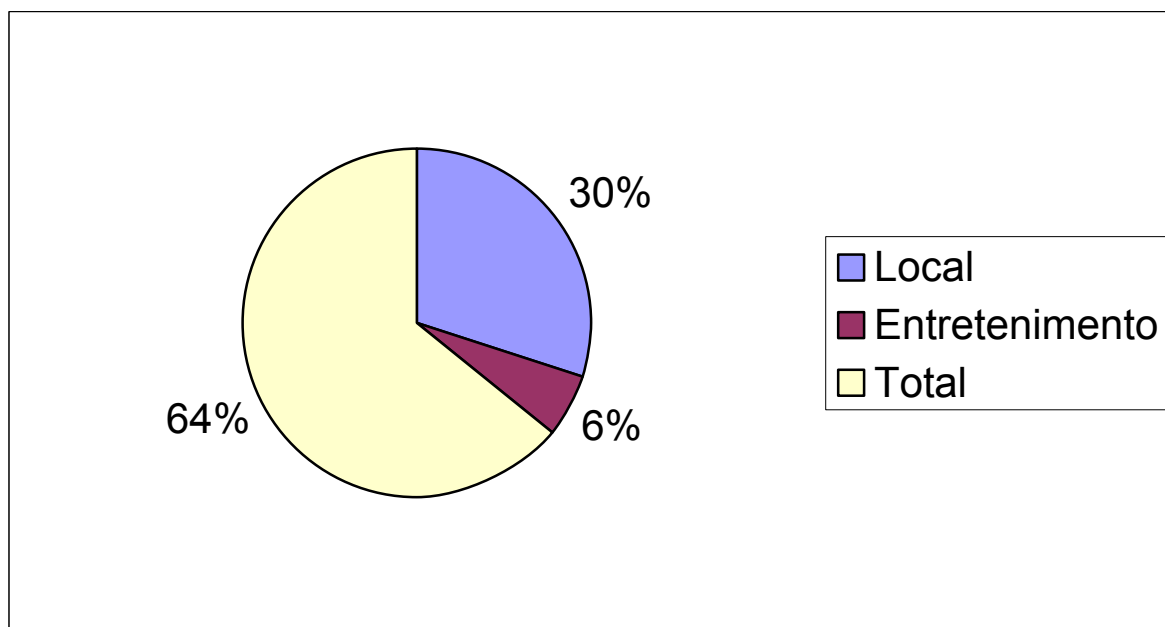


Gráfico 63

Em Florianópolis, a TV O Estado apresentou 100 programas na semana estudada, sendo 30 programas locais (30%), mas apenas 5,7% eram formatos de entretenimento. Entre a programação local, havia 3% de programas religiosos.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local mostrou que na época havia seis programas locais, sendo um deles repetido na grade de programação. Em 2005, a programação continua de entretenimento continua inalterada.

3. TV Barriga Verde é a afiliada da Rede Bandeirantes em Santa Catarina e possui produção local.

A Band TV produziu durante a semana analisada 168 programas. Destes, 38 eram programas locais, o que representa 22,6% da grade, sendo 2,8% voltado para formatos de entretenimento.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local mostra que foi reduzido o espaço para programas de entretenimento em 2005.

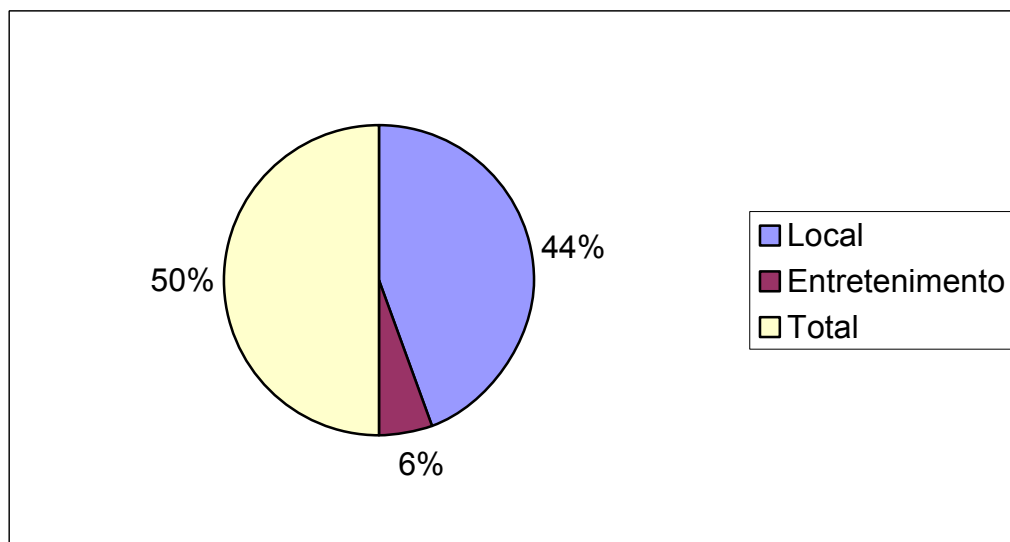


Gráfico 64

#### 4. TV Cultura/SC

Pertencente à Fundação Catarinense de Difusão Educativa e Cultural Jerônimo Coelho, a TV Cultura Santa Catarina, foi criada em 1994 e implantada em 1995, com o nome TV Anhatomirim. A partir de 1998 passou se chamar TV Cultura/ SC e hoje retransmite a TV Cultura (SP) contando com alguns programas de produção local. É um canal aberto, de abrangência regional, podendo ser assistida pelo canal 2. Possui como apoiadores as duas maiores universidades do Estado: a Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade do Estado de Santa Catarina, ambas instituições públicas.

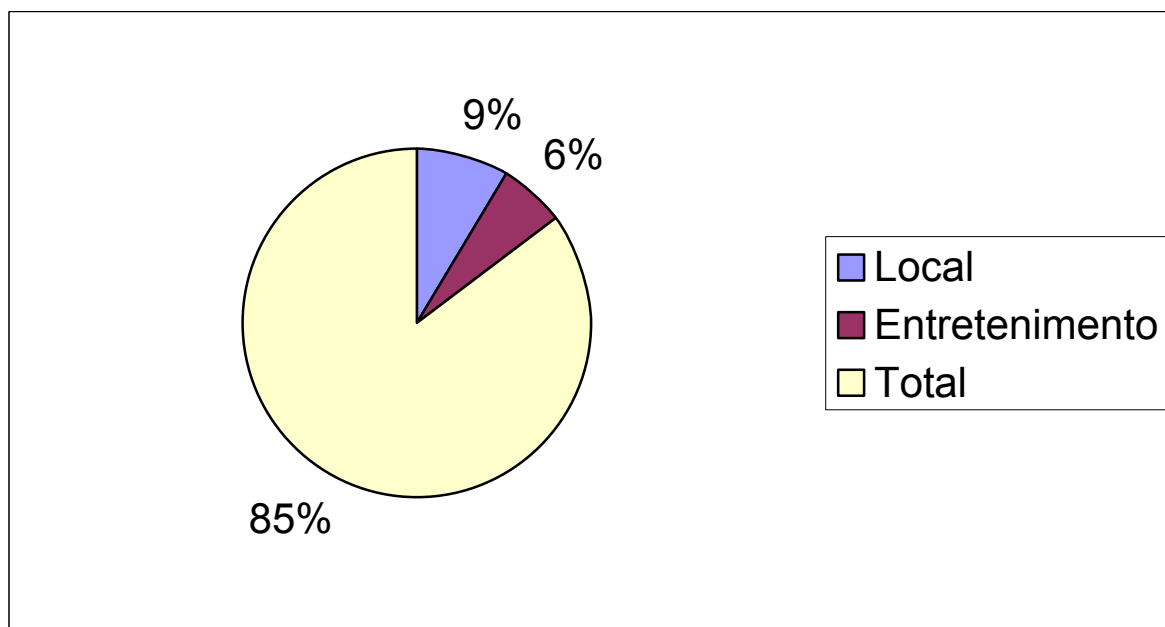


Gráfico 65

Dos 266 programas na apresentados na semana estudada, 23 programas eram programas produzidos localmente, ou seja 8,6% da grade. Destes, 6% eram formatos de entretenimento.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local não contemplou TVs públicas.

## 5. TV COM

A TV Com é uma emissora comercial que pode ser assistida pela TV a cabo (Net). Ela pertencente à Rede Brasil Sul de Comunicação, empresa da família Sirotsky. Em Florianópolis, no diz respeito aos programas locais de entretenimento a emissora produz 32% de formatos sobre música, cinema e variedades. Parte de sua programação é originada da RBS

TV/SC. Em 2005, por exemplo, além da programação fixa, levou ao ar as séries e curtas mostrados na RBS TV.

O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local contemplou apenas algumas TVs abertas.

### 6.Redre TV Sul

Afiliada em Santa Catarina da Rede TV. Pode ser assistida pelo canal 10 ou por satélite.

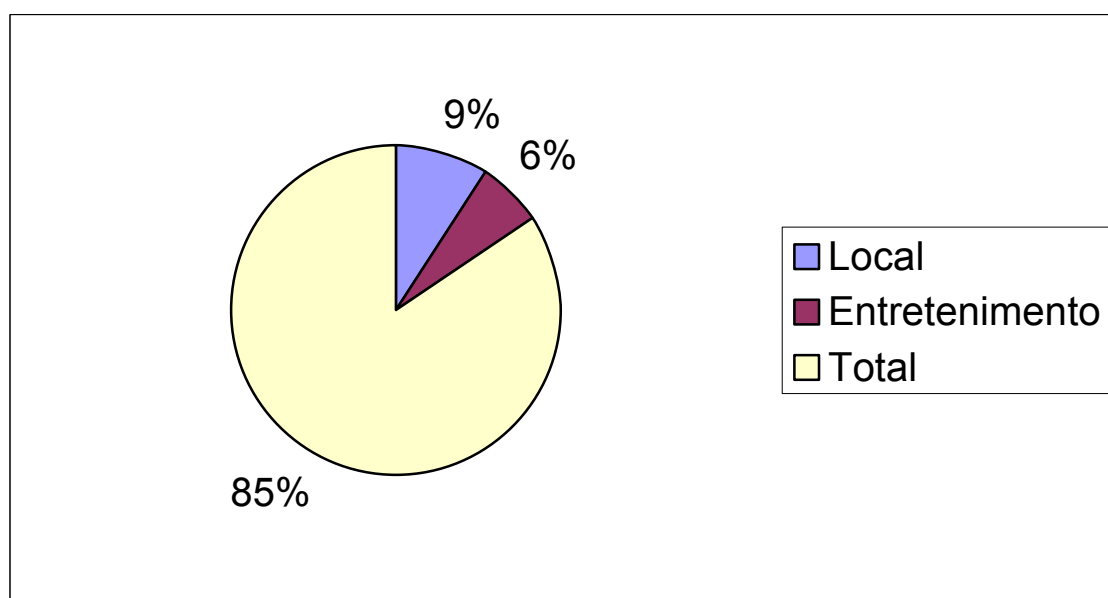


Gráfico 66

Na semana analisada, a emissora apresentou 161 programas, sendo que 15 eram programas locais, o que representa 9,3% da grade. Destes, 6,2% eram programas de entretenimentos.



O estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local não contemplou a Rede TV Sul.

#### 7.TV Floripa -Canal Comunitário

A TV Floripa pertence a Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Florianópolis e foi ao ar em 1998. Desde 2000 é considerado um canal de utilidade pública. Funciona no canal 4 da Net.

Embora não conste da grade de programas de TV do jornal *Diário Catarinense*, fonte de estudo primário desta pesquisa, gostaríamos de salientar que o canal produz programas de entretenimento. Entre eles o programa de variedades *Blue Tur* e o programa *Videoteca*, que mostra vídeos independentes e curtas-metragens. A emissora não possui grade de programação completa e, a exemplo da maior parte dos canais comunitários de país, reprisa várias vezes a programação.

#### 8.TV Assembléia

O canal da Assembléia Legislativa de Santa Catarina, tem 100% de produção local sendo 71% de programação voltada para questões políticas estaduais e as demais com programas jornalísticos. Funciona no anal 16 da NET.

### 9.TV UFSC canal universitário

A TV UFSC inaugurou em 1998 quando transmitia um programa jornalístico através do sinal da TV Educativa (TVE) de Santa Catarina. De 2003 a 19 de dezembro de 2005 a TV só retransmitia a programação da TV Senac/SP, mas a partir daí a emissora universitário começou a transmitir dois programas. Pertence a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e produz o programa *UFSC entrevista* e *Universidade Já*. Este último apresenta documentários de trabalhos de conclusão realizados por alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. No ano de 2005 foram transmitidos nove documentários.

### 10.TV Justiça

Emissora legislativa da TV a cabo, começou a funcionar em 2001, mas apresenta apenas 2% de programação local.

## **4.4 PARANÁ**

O Estado possui uma rede nacional de TV, a CNT, pertencente à família Martinez e uma das maiores redes regionais de comunicação, de propriedade do Grupo Paulo Pimentel.

RBS	PR	A emissora não produz programação local de entretenimento	-	-	-
SBT	PR	A emissora não produz programação local de entretenimento	-	-	-
Band	PR	A emissora não produz programação local de entretenimento	-	-	-
TVE	PR	Alegria de Viver	Variedades	Seg-Sex	16:00
		Enfoque	Programa de Variedades	Seg-Sex Domingo	19:45 10:00
		Nacionalidade Brasileira	Entrevistas com pessoas ligadas à cultura	Sábado Domingo	14:00 20:00
		Eureka	Programa educativo para o público infanto-juvenil	Sábado Domingo	5:30 15:00
		Viola, Minha Viola	Música Regional	Sábado	21:00
Record	PR	A emissora não produz programação local de entretenimento			
CNT	PR	Sonia Baruque	Programa de Variedades	Segunda a Sexta	11h45
		Magna Vita	Programa de Variedades	Segunda a Sexta	13h20
		Glamurosa	Variedades	Segunda a Sexta	14h30
		Moda TV	Programa de Variedades	Segunda a Sexta	19h45
		Na Balada	Programa de Música e festas	Sábado	3h20
		Brasil Mega Model	Programa de Variedades/moda	Sábado	1030
		Linda	Programa de Variedades	Domingo	11h
		Maria Pia	Programa de Variedades	Domingo	19h50
TV Exclusiva	PR	Clip da Hora	Programa de Música	Segunda a Sábado	14h15
		Curitiba e Você	Programa de Variedades	Segunda a Sábado	15h45
		Viva o Bixo	Programa Infantil	Domingo	16h

Quadro 61 Programas de entretenimento produzidos localmente pelas TVs abertas

### 1. TV Paranaense - RPC

A emissora Rede Paranaense de Comunicação pertence à família Sirotsky, proprietária da Rede Brasil Sul de Telecomunicações (RBS). Trata-se do maior grupo regional de

comunicação da América Latina que inclui rádios AM e FM, jornais impressos e *on line*, agência de notícia, canais de TVs abertas e por assinatura, portal na internet, além de serem sócios na operadora de TV a cabo, Net. A RBS, por sua vez, é afiliada da Rede Globo.

Em Curitiba, a emissora produz 2,8% de programas semanais dedicados ao jornalismo, mas não produz programas locais de entretenimento. Quanto ao estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local, a TV Paranaense não foi incluída.

## 2. CNT

A Central Nacional de Televisão(CNT) pertence à família de José Carlos Martinez e transmite programação para todo o território nacional. Em Curitiba, a emissora é transmitida pelo canal 6 VHS e no canal 6 da Net. Foi adquirida em 1975 e era integrante dos Diários Associados.

Na semana estudada, a CNT produziu 218 programas, sendo 86 deles locais (39,4%). Destes, 19,7% eram dedicados a formatos de entretenimento, entre os quais programas de variedades. Mas outros gêneros são levados ao ar pela emissora, como programas de tele-vendas, religiosos e programas de entrevistas.

Quanto ao estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local, a CNT não foi incluída.

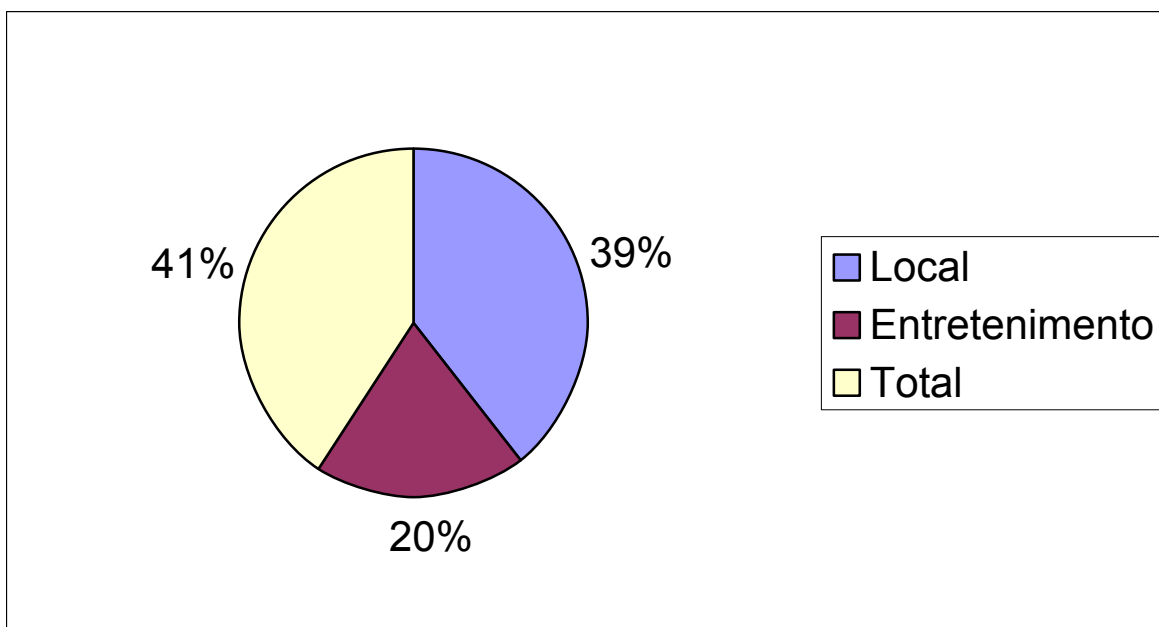


Gráfico 67

### 3.TV Iguaçu/ SBT

Pertence ao Grupo Paulo Pimentel que possui jornal e emissoras de TV na região. Em dezembro de 1967, o grupo iniciou suas atividades na mídia eletrônica, com a inauguração da TV Iguaçu em Curitiba, que é uma afiliada do SBT. É considerado um dos maiores grupos de comunicação da região Sul, que possui também dois jornais e vários canais de TV no Estado.

Na semana estudada, a emissora apresentou 166 programas, dos quais 17 eram produzidos localmente, ou seja 10,2% da programação. Mas a TV Iguaçu não produz programas locais da categoria entretenimento.

Quanto ao estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local, a TV Iguaçu, canal 4, apresentava na época sete programas realizados na capital, nenhum deles na categoria entretenimento.

#### 4. TV Bandeirantes de Curitiba

Pertence ao Grupo J. Malucelli e começou a funcionar em 1990 no canal 2 de Curitiba em associação com a Rede Bandeirantes(SP). O grupo Malucelli Comunicação hoje engloba duas emissoras de televisão repetidoras da Rede Bandeirantes - e quatro emissoras de rádio, sendo duas AM, afiliadas ao Sistema Globo de Rádio.

Em Curitiba, durante a semana estudada a TV Bandeirantes levou ao ar 218 programas, sendo que destes, 10 eram programas locais, a maioria jornalísticos, mas nenhum na categoria entretenimento.

Quanto ao estudo realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local, observa-se que houve uma drástica redução nos programas de entretenimento em 2005. naquela época havia oito programas, sendo três infantis.

#### 5. TV Paraná Educativa

A Rádio e Televisão Educativa do Paraná é uma fundação vinculada ao governo do Estado. A emissora começou a transmitir sua programação em 1990. Em 2003, colocou a disposição sua programação para todo o país. É a primeira TV educativa com tecnologia digital.

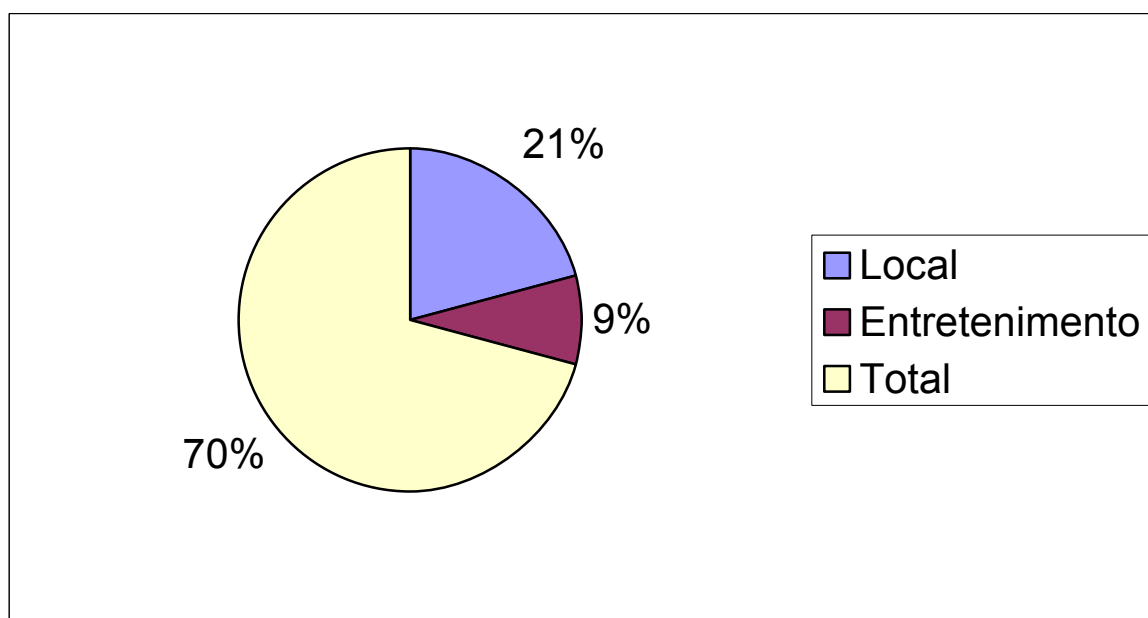


Gráfico 68

Na semana estudada a emissora apresentou 221 programas. Destes, 46 eram programas locais, o que representa 20,8% da grade, mas é preciso salientar que 50% da programação é apresentada com horário alternativo durante a semana. Dos 46 programas locais, 8,5% são formatos de entretenimento, como o musical *Viola, Minha Viola* ou o programa de variedades *Alegria de Viver*.

Quanto ao estudo realizado pela revista *Meio & Mensagem* de 1999 sobre produção local, o levantamento mostrou que naquela época havia sete programas de entretenimento e que em 2005 houve redução desta produção.

## 6.MTV

Versão brasileira do canal internacional que faz parte do grupo Viacom, é a emissora de música jovem do Grupo Abril. É emitida pela TV a cabo e também por sinal aberto. A

emissora completou em 2005, 15 anos no mercado brasileiro e, no mesmo ano, começou a transmitir programas locais em Porto Alegre e Curitiba. Em Curitiba, o programa local é o *Drops*, um formato de entretenimento que é levado ao ar durante o telejornal da emissora.

### 7.Canal 21

O canal 21 é o nome da Rádio e TV Rotioner Ltda. A Rede Mercosul de Comunicação é a mais nova rede do Paraná funciona no canal 21. A programação é produzida pelo Terraviva, canal de agronegócios da Rede Bandeirantes.

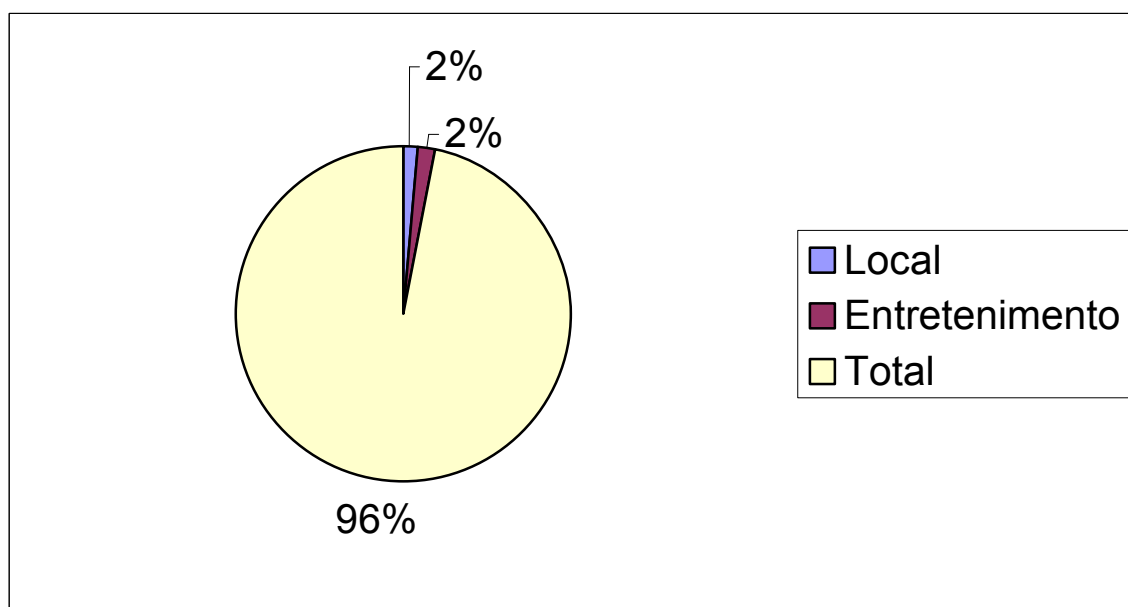


Gráfico 69

Em Curitiba, a emissora produziu 135 canais na semana estudada, sendo um deles um programa local (repetido durante a semana), realizado em parceria com a Universidade Federal do Paraná.



## 8. TV Justiça

Canal legislativo da TV a cabo. Em Curitiba possui um programa local, mas não faz parte da categoria entretenimento.

## 9. Rede TV

No Paraná, a afiliada da Record é transmitida pelo canal 7 em sinal aberto e fechado (NET); no entanto, não produz programação local na capital.

## 10. RIC TV

Canal da Rede Independência de Comunicação, formada pela RICTV Curitiba, RICTV Maringá, RICTV Londrina, RICTV Toledo (Cascavel, Foz do Iguaçu e Toledo) e Rádio Jovem Pan Curitiba. Pertence a família Petrelli. Não produz programas de entretenimento.

## 11. TV Exclusiva

Faz parte da Rede 21(SP) e pode ser assistida no canal 59. Na semana estudada, a TV Exclusiva levou ao ar 125 programas. Deste, 40 foram produzidos em Curitiba, o que corresponde a 32% da grade. Já os programas de entretenimento correspondem a 11,2% da programação.

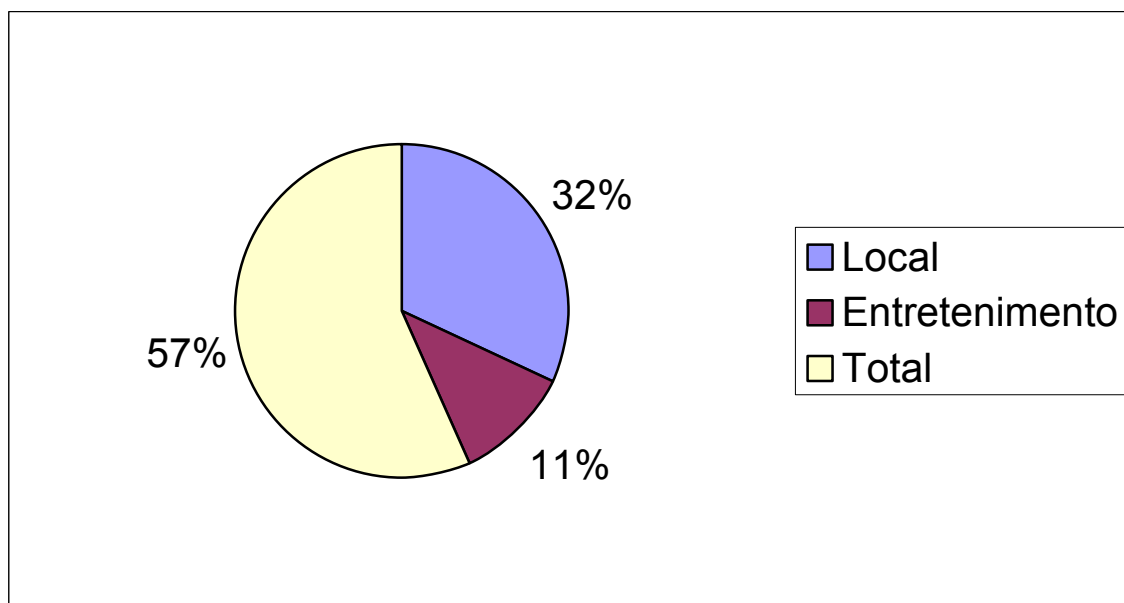


Gráfico 70

## 12. TV Comunitária

Emissora da TV a cabo que funciona no canal 5 da Net e no canal 72 da TVA. A TV Comunitária é responsabilidade da Associação das Entidades de Usuários do Canal Comunitário de Curitiba e Região Metropolitana. Embora não conste da grade de programação da fonte primária utilizada para este estudo, o jornal *Gazeta do Povo*, consideramos importante salientar que o Canal Comunitário apresenta uma diversificada voltada para informação, mas que inclui programas religiosos de diferentes tendências.

### **4.5 ANÁLISE CINEMA DA REGIÃO SUL**

A Região Sul do país é considerada um dos mais importantes pólos de produção audiovisual fora do eixo Rio – São Paulo, seja pela produção desenvolvida para cinema e televisão na Casa de Cinema de Porto Alegre, como por diferentes instituições

cinematográficas de Santa Catarina e Paraná. Além disso, os três estados possuem festivais de cinema e mostra de curtas-metragens, como é o caso do Festival de Cinema de Gramado ou do Festival de Londrina (PR). Entre os festivais de curtas, destacam-se os de Santa Catarina, realizados em Blumenau e Florianópolis.

### **Rio Grande do Sul**

No Rio Grande do Sul, o cenário cinematográfico chamou a atenção do Instituto do Audiovisual Gaúcho que, em 2005, lançou uma obra (em versão impressa e em CDroom) que reúne toda a produção audiovisual realizada no Estado entre os anos 2000 e 2004. O livro *Cinema RS produção audiovisual 2004-2000* mostra que neste quatro anos foram realizados 14 longas sendo quatro documentários e 10 longas de ficção, 76 curtas em Super 8, sendo seis curtas do tipo documentário e 70 de ficção; os filmes realizados com cópia final eletrônica, são 459 curtas na totalidade, sendo 167 de curtas documentários e 292 curtas ficção. Em 2005 a produção audiovisual gaúcha continua crescendo: o número de longas-metragens aumentou em 7,14%, sendo três longas do tipo documentário e 12 longas de ficção; nos filmes de curta-metragem os documentários produzidos no Estado mantiveram-se praticamente no mesmo percentual, e os curtas de ficção tiveram um aumento de 12%.

Além disso, foi ampliado espaço para formação de novos produtores audiovisuais, com o lançamento de cursos especializados em universidades particulares, como é o caso das católicas PUC-RS e da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), localizadas em Porto Alegre e na Grande Porto Alegre, respectivamente; espaços de formação que antes eram restritos a outros estados do país, principalmente São Paulo e Rio de Janeiro.

## **Santa Catarina**

Santa Catarina não produziu longas-metragens no ano de 2005, mas teve 40% de curtas-metragem em fase de finalização que receberam incentivo estatal; 20% de documentários em fase de produção com financiamento misto e 20% de documentários de curta-metragem finalizados com produção estatal. O Estado tem ainda 20% de documentários de curta-metragem em fase de finalização com financiamento estatal.

No Projeto *Redescobrimosbrasil*, do Ministério da Cultura, - uma proposta de incentivo à produção popular que premia trabalhos realizados em populações de 20 mil habitantes três curtas catarinenses foram premiadas. Entre os representantes do Sul do país em 2005, além dos de Santa Catarina também foram premiados um curta-metragem do Rio Grande do Sul e outro do Paraná.

A exemplo do Rio Grande do Sul, Santa Catarina possui duas escolas de cinema. Uma delas foi criada em 2005 pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). O outro curso é da Universidade do Sul de Santa Catarina.

## **Paraná**

O Estado também apresentou modificações consideráveis na sua cena cinematográfica, com a produção de 34 curtas de ficção (com financiamento privado) produzidos em 2005, oito longas de ficção e dois documentários longa-metragem. Todos em fase de em finalização através do novo projeto de incentivo cultural da Secretaria de Cultura do Paraná, além da realização de um média-metragem com patrocínio privado.

O Paraná teve uma produção de 45 filmes em 2005. Destes, 13,3% são de produção de longas- metragem ainda não finalizados de financiamento estatal da secretaria Estadual da Cultura do PR, 68,8% de curtas metragens já finalizados e que receberam incentivo privado, 4,4% de curtas metragem já finalizados com financiamento estatal e 4,4% de documentários de longa-metragem (com financiamento estatal). Além disso, 8,8% de curtas metragens já finalizados receberam financiamento estatal.

O Estado obteve um *plus* na formação e produção de cinema depois de serem inauguradas três novas escolas de produção audiovisual. Uma delas é a Escola Superior Sul-Americana de Cinema e TV (CINETVPR). Criado pelo governo do Estado, o curso de cinema foi realizado na Faculdade de Artes do Paraná, em 2005.



Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			x	X		X						X
X			x	x		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X			X	X		X						X
X		X				X			X			
X		X				X			X			
X		X				X			X			
X		X				X			X			









Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		
X		X				X				X		

Quadro 62

### Tabela para produção Cinematográfica

Estado: SC

Região: Sul

O estado de Sc não produziu longa metragem no ano de 2005, o total de sua produção cinematográfica abrange somente cinco filmes, sendo 40% de curtas metragem em finalização com incentivo estatal, 20% de documentário em produção com financiamento misto, 20% de documentário de curta metragem finalizado e com produção estatal e 20% de documentário curta metragem em finalização com financiamento estatal.

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
x			x	X		x			X			
	X		x	x		x			X			
	X		x	x		x						X
	X	x		x					X			
	X	x		x		x			X			

Quadro 63

### Tabela para produção Cinematográfica

Estado: PR

Região: Sul

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	X	x			x	x			X			
	X	x			x	x			x			
	X	x			x	x			X			
	X	x			x	x			x			
	X	x			x	x			X			
	X	x			x	x			x			
	X		x		x	x			X			
	X		x		x	x			x			
x		x		x		x			X			
X		x		x		x			x			
X			x	x		X			x			
X			x	x		x			x			
x		x		x		x				X		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida Em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatat	Privado	Estrangeiro	Misto
x		x		x		x				X		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
X		x		x		x				x		
x		x		x		x				X		
x		x		x		x				x		

Quadro 64

#### 4.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o Rio Grande do Sul seja o estado mais produtivo em termos de produção audiovisual para cinema e televisão, como pode ser observado nas tabelas acima, Santa Catarina e Paraná mostram potencial de crescimento, desde que existem políticas claras para o setor e que não fique restrito ao âmbito estatal. Em Santa Catarina, o menor Estado da região Sul estavam em fase de produção cinco curtas (sem contar os universitários, que não tivemos acesso). Já Curitiba estavam em fase de produção oito filmes e foram finalizadas 37 obras, entre os quais 41 de ficção e 04 documentários, entre eles 37 curtas. Aqui tampouco foram computados as obras audiovisuais universitárias, pois os cursos ainda são recentes.

Quanto à televisão, são baixos os índices de programas locais de entretenimento, já que a maior parte das emissoras leva ao ar programas jornalísticos voltados para diferentes âmbitos da sociedade, como economia ou agronegócio. Os percentuais de entretenimento ganham força quando se trata de emissoras locais (comunitárias ou universitárias, por exemplo) ou TV públicas.

Na Região Sul fica clara a predominância da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) em Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A programação da rede gaúcha é exportada para Santa Catarina, inclusive nos tipos de programas especiais (séries) que enfatizam a identidade da região. Também fica claro como aparecem nos dois estados estratégias semelhantes quanto a grade de programação de canais como o Canal Rural, que não tem programação própria em Santa Catarina, ou da TV COM, a primeira TV comercial levada ao ar pela TV por assinatura (Net), que vende a imagem de *TV comunitária*.

No Paraná e Santa Catarina saltam aos a quantidade de programas religiosos disponibilizados nas grades das diferentes emissoras. Nem as TV públicas escapam dessa realidade, mostrando missa católica (Santa Catarina) e também Gospel (no Paraná).

#### 4.7 APRESENTAÇÃO DAS TVS REGIÃO SUL<sup>164</sup>

##### Rio Grande do Sul

- **RBS TV:** A emissora da RBS TV de Porto Alegre faz parte da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) e é considerada a maior rede de televisão regional da América do Sul. A emissora foi fundada em 1957, a partir da associação do empresário Maurício Sirotsky Sobrinho à Rádio Gaúcha de Porto Alegre. O grupo RBS expandiu suas atividades com a concessão do canal 12, TV Gaúcha, em 29 de dezembro de 1962, cobrindo integralmente com seus veículos de comunicação os Estados do Rio Grande do Sul e de Santa Catarina. É afiliada da Rede globo.
- **SBT/POA:** O SBT Porto Alegre é uma emissora do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT/SP) que é composto por 107 afiliadas espalhadas pelo território nacional. No Rio Grande do Sul funciona no canal 5.

---

<sup>164</sup> A exemplo do que foi relatado na apresentação das TVs do Sudeste, a região Sul dispõe dos canais internacionais da NET e TVA, sem produção brasileira, assim como os canais por satélite (Sky e Direct TV).



- **BAND POA** : Pertence ao grupo Bandeirantes de São Paulo, que também possui rádio AM e FM no Estado. Antes era conhecida como Canal 10.
- **TV Pampa/Record**: A TV Pampa é afiliada da Record no Rio Grande do Sul. A emissora inaugurou suas atividades em Porto Alegre em 1980 como emissora independente. A empresa se estendeu para o interior do Estado criando, nos anos 80, a Rede Pampa de Comunicação, composta da TV Pampa de Carazinho, da TV Pampa de Pelotas e da TV Pampa de Santa Maria. A Rede Pampa pertence à família Gadret.
- **TV Guaíba**: A Televisão Guaíba Ltda. foi inaugurada em 10 de março de 1979 e fazia parte do Sistema Guaíba-Correio do Povo (Jornal Correio do Povo, Rádio Guaíba AM e FM e Televisão Guaíba Ltda). Depois da falência do proprietário, Caldas Jr., a empresa foi vendida para o empresário da soja Renato Ribeiro, que também comprou as rádios e o jornal). É uma TV independente de caráter local.
- **TVE /RS**: A Fundação Cultural Piratini - Rádio e Televisão foi inaugurada em 1968 quando o Governo Federal outorgou ao Governo do Rio Grande do Sul a concessão de uma televisão para fins educativos, no canal 7 de Porto Alegre. Começou a funcionar em 1974 e apresenta programas reconhecidos

nacionalmente, como *Radar*, para jovens, e *Pandorga*, voltado para o público infantil.

- **Canal Rural:** A emissora, que pertence ao Grupo RBS, entrou em operação em 1996 está sediada em Porto Alegre. Conta com estúdios em São Paulo e Brasília, além de sucursais em Campo Grande, Goiânia e Londrina(PR). Está disponível no canal a cabo (Net).
- **POA TV Canal Comunitário:** A POA TV foi a primeira emissora comunitária do Brasil. Nasceu em 1996, denominada Canal Comunitário de Porto Alegre. Mais tarde mudou para POA/TV<sup>165</sup>. Sua mantenedora é a Associação das Entidades Usuárias de Canais, formada por sindicatos, associações de bairro, de classe e grupos religiosos.
- **TV Justiça :** A TV Justiça é um canal legislativo transmitido por sistema fechado (Net) e possui transmissão para os três estados da região Sul. No Rio Grande do Sul, produz dois programas locais.
- **TV Senado:** A TV Senado foi criada no dia 5 de fevereiro de 1996, pelo Senador José Sarney, então presidente do Senado, com base na [Lei 8.977/95](#), a primeira norma legal a abrir a

---

<sup>165</sup> Isso ocorreu depois que uma pesquisa mostrou que os gaúchos identificavam como sendo comunitário o canal privado da RBS que funciona em sistema fechado, a TV Com.

possibilidade da existência de canais legislativos no Brasil. O canal é transmitido para RS, mas não possui programação local.

- **TV Assembléia:** A TV Assembléia legislativa é uma das 17 TVs legislativas do país. Foi inaugurada em 1996, depois da aprovação da Lei do Cabo. Funciona no canal 16 da Net, que passou a transmitir ao vivo as sessões plenárias, o trabalho das comissões e também programação elaborada pela emissora. No Estado, 16 municípios recebem a programação da TV Assembléia.
- **Rede vida:** A Rede Vida é uma emissora ligada à Igreja Católica que transmite sua programação para RS, SC PR direto de SP pelo canal a cabo (NET). O Rio Grande do Sul é o único estado do Sul do país que envia dois programas produzidos em Porto Alegre para a Rede Vida/SP
- **Canal 20** Emissora da TV a cabo (Net) de Porto Alegre que vende espaço para programas locais.
- **Rede TV:** No Rio Grande do Sul a Rede TV .é representada pela TV Urbana transmitida pelo canal 11 da Net, mas não produz programação local.

- **UNITV - Canal Universitário:** A região da Grande Porto Alegre possui dois canais universitários: a UNITV, TV Universidade de Porto Alegre e a TV Unisinos. A UNITV (TV Universidade de Porto Alegre) reúne as Instituições de Ensino Superior de Porto Alegre e iniciou suas atividades em fase experimental em 1998. Foi inaugurada e começou a transmitir sua programação regular no dia 3 de setembro do mesmo ano. Opera no Canal 15 da TV a Cabo (Net) e tem como instituições responsáveis a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Centro Universitário Ritter dos Reis (UNIRITTER) e Fundação Faculdade Federal de Ciências Médica de Porto Alegre (FFFCMPA).
- **TV Unisinos Canal Universitário:** Foi criada oficialmente em 2003, depois de funcionar dois anos em fase experimental. Está localizada em São Leopoldo, cidade que faz parte da Grande Porto Alegre. Tem parceria com o Canal Futura e apresenta programação própria. Pertence a Fundação Padre Urbano Thiesen, cuja mantenedora é a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Pode ser assistida no Canal 32 da TV a cabo (Net).

- **Ulbra TV:** Embora seja realizada pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA), a TV Ulbra é uma TV comercial. Começou a funcionar em 2005 e tem como razão social Comunidade Evangélica de São Paulo. Está localizada no canal 48 da TV a cabo (Net). Tem parceria com a TV Senac/SP e apresenta programação própria.
- **Canal Cultura e Arte:** O Ministério da Cultura e a Fundação Padre Anchieta assinaram, no dia 9 de abril de 2001, um Acordo de Cooperação Técnica para viabilização da transmissão do sinal da TV. É o canal educativo-cultural que dispõe a Lei do cabo. Não oferece programação local.
- **MTV:** Versão brasileira do canal internacional que faz parte do grupo Viacom, é a emissora de música jovem do Grupo Abril é emitido pela TV a cabo (canal 24) e também por sinal aberto. A emissora completou em 2005, 15 anos no mercado brasileiro e, nesse ano começou a transmitir programas locais em Porto Alegre.
- **TV Com:** É uma emissora a cabo pertencente à Rede Brasil Sul de Comunicação, empresa da família Sirotsky. É transmitida pela TV a cabo (NET) no canal 36. Tem produção local, mas parte da programação é composta de reprises e programas da RBS TV.

## Santa Catarina

- **RBS TV/SC:** Empresa que faz parte da Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS) e, mesmo sendo emissora, segue o padrão RBS que, por sua vez, segue o padrão Globo de produções. Surgiu em Santa Catarina nos anos 80.
- **TV O Estado - SBT/SC:** Atende pela razão social TV O Estado Florianópolis Ltda. e é uma emissora afiliada a Rede SBT, podendo ser encontrada no canal 4. Pertence a família Petrelli, do Grupo Redesc.
- **TV Barriga Verde:** é a afiliada da Rede Bandeirantes em Santa Catarina e possui produção local.
- **TV Cultura/SC:** Pertencente à Fundação Catarinense de Difusão Educativa e Cultural Jerônimo Coelho, a TV Cultura Santa Catarina, foi criada em 1994 e implantada em 1995, com o nome TV Anhatomirim. A partir de 1998 passou se chamar TV Cultura/ SC e hoje retransmite a TV Cultura (SP) contando com alguns programas de produção local. É um canal aberto, de abrangência regional, podendo ser assistida pelo canal 2. Possui como apoiadores as duas maiores universidades do Estado: a

Universidade Federal de Santa Catarina e Universidade do Estado de Santa Catarina, ambas instituições públicas.

- **TV Record/SC:** Em Florianópolis, a Rede Record é transmitida pelo canal aberto e também por sinal fechado, através do canal 8 da Net, mas não produz programação local.
- **TV Capital:** Pode ser assistida no canal 11 do sinal a cabo da TVA. É um canal local que possui programação voltada para a grande Florianópolis.
- **Canal Rural:** empresa que pode ser assistida na TV por cabo (Net) e pertence ao Grupo RBS. Em Santa Catarina, ela retransmite a programação do Rio Grande do Sul.
- **TV Com:** Canal da TV a cabo (Net) que pertence à família Sirotsky. Tem produção local, mas parte da programação é composta de reprises e programas da RBS TV/SC, como ocorre no Rio Grande do Sul.
- **Rede TV Sul:** Afiliada em Santa Catarina da Rede TV. Pode ser assistida pelo canal 10 ou por satélite.

- **Canal Cultura e Arte:** O Ministério da Cultura e a Fundação Padre Anchieta assinaram, no dia 9 de abril de 2001, um Acordo de Cooperação Técnica para viabilização da transmissão do sinal da TV. É o canal educativo-cultural que dispõe a Lei do cabo. Não oferece programação local.
- **TV Floripa -Canal Comunitário:** A TV Floripa pertence a Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário de Florianópolis e foi ao ar em 1998. Desde 2000 é considerado um canal de utilidade pública. Funciona no canal 4 da Net.
- **TV Assembléia:** O canal da Assembléia Legislativa de Santa Catarina, tem 100% de produção local sendo 71% de programação voltada para questões políticas estaduais e as demais com programas jornalísticos. Funciona no canal 16 da NET.
- **TV Justiça:** Emissora legislativa da TV a cabo, começou a funcionar em 2001, mas apresenta apenas 2% de programação local.



- **TV UFSC canal universitário:** A TV UFSC inaugurou em 1998 quando transmitia um programa jornalístico através do sinal da TV Educativa (TVE) de Santa Catarina. De 2003 a 19 de dezembro de 2005 a TV só retransmitia a programação da TV Senac/SP, mas a partir daí a emissora universitário começou a transmitir dois programas. Pertence a Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).

## Paraná

- **RPC TV Paranaense:** A emissora Rede Paranaense de Comunicação pertence à família Sirotsky, proprietária da Rede Brasil Sul de Telecomunicações (RBS). Trata-se do maior grupo regional de comunicação da América Latina que inclui rádios AM e FM, jornais impressos e *on line*, agência de notícia, canais de TVs abertas e por assinatura, servidor web, etc. A RBS, por sua vez, é afiliada da Rede Globo.
- **CNT:** A Central Nacional de Televisão(CNT) pertence à família de José Carlos Martinez e transmite programação para todo o território nacional. Em Curitiba, a emissora é transmitida pelo canal 6 VHS e no canal 6 da Net. Foi adquirida em 1975 e era integrante dos Diários Associados.

- **TV Iguaçu/ SBT:** Pertence ao Grupo Paulo Pimentel que possui jornal e emissoras de TV na região. Em dezembro de 1967, o grupo iniciou suas atividades na mídia eletrônica, com a inauguração da TV Iguaçu em Curitiba, que é uma afiliada do SBT. É considerado um dos maiores grupo de comunicação da região Sul, que possui também dois jornais e vários canais de TV no Estado.
- **TV Bandeirantes de Curitiba:** Pertence ao Grupo J. Malucelli e começou a funcionar em 1990, no canal 2 de Curitiba em associação com a Rede Bandeirantes(SP). O grupo Malucelli Comunicação hoje engloba duas emissoras de televisão - repetidoras Bandeirantes - e quatro emissoras de rádio, sendo duas AM, afiliadas ao Sistema Globo de Rádio
- **TV Paraná Educativa:** A Rádio e Televisão Educativa do Paraná é uma fundação vinculada ao governo do Estado. A emissora começou a transmitir sua programação em 1990. Em 2003 colocou a disposição sua programação para todo o país. É a primeira TV educativa com tecnologia digital.
- **Rede TV:** Pode ser vista no canal 49 (UHF) ou por satélite. Não possui programação local.

- **MTV:** Versão brasileira do canal internacional que faz parte do grupo Viacom, é a emissora de música jovem do Grupo Abril que é emitido pela TV a cabo (canal 24) e também por sinal aberto. Não apresenta programação local.
- **Canal 21:** O canal 21 é o nome da Rádio e TV Rotioner Ltda. A Rede Mercosul de comunicação é a mais nova rede do Paraná. Funciona no canal 21. A programação é produzida pelo Terraviva, canal de agronegócios da Rede Bandeirantes.
- **TV Justiça:** Canal legislativo da TV a cabo. Em Curitiba possui um programa local.
- **TV Senado:** Canal legislativo da TV a cabo. Em Curitiba não possui programação local.
- **TV Câmara:** A TV Câmara foi criada em 20 de janeiro de 1998, para transmitir as discussões e votações do Plenário. Em Curitiba não possui programação local.

- **Canal Cultura e Arte:** O Ministério da Cultura e a Fundação Padre Anchieta assinaram, no dia 9 de abril de 2001, um Acordo de Cooperação Técnica para viabilização da transmissão do sinal da TV. É o canal educativo-cultural que dispõe a Lei do cabo. Não oferece programação local.
- **RIC TV:** Canal da Rede Independência de Comunicação, formada pela RICTV Curitiba, RICTV Maringá, RICTV Londrina, RICTV Toledo (Cascavel, Foz do Iguaçu e Toledo) e Rádio Jovem Pan Curitiba. Pertence a família Petrelli.
- **TV Exclusiva:** Faz parte da Rede 21(SP). Tem programação em Curitiba e pode ser vista no canal 59.
- **TV Comunitária:** Ex- TV do Cidadão. Emissora da TV a cabo que funciona no canal 5 da Net e no canal 72 da TVA. A TV Comunitária é responsabilidade da Associação das Entidades de Usuários do Canal Comunitário de Curitiba e Região Metropolitana.

# **Região Sudeste**

## 5.1 INTRODUÇÃO

Formada por quatro Estados, a Região Sudeste é composta pelo Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo e apresenta números impressionantes. Tais números vão além do fato de na região estar situada uma das maiores cidades do mundo e o coração financeiro do país, São Paulo. Eles impressionam também pelo número de canais de TV aberta e por assinatura reunidos em tão pouco espaço geográfico, como será possível analisar no decorrer deste capítulo.

Como se fosse pouco, Rio de Janeiro e São Paulo reúnem a maior parte das cabeças-de-rede do país, a exceção da CNT, localizada em Curitiba (PR) e uma produção de tirar o fôlego. A capital dos cariocas, por exemplo, sedia o maior complexo audiovisual da América Latina, o Projac, que reúne os estúdios e a cidade cinematográfica das Organizações Globo.

Mas como poderá ser observado no Rio de Janeiro, as produções não se restringem a obras para TV. Elas são impressionantes também quando se trata da produção audiovisual cinematográfica, que vão acontecendo com (ou sem) o investimento público e /ou privado. Além disso, os espaços alternativos de divulgação das obras também se multiplicam pela capital carioca, já que falta espaço tanto nas grades de programação dos diferentes canais de TV, como faltam salas de cinema no País. Sobre a criação de lugares alternativos para assistir obras audiovisuais, dedicamos um bom espaço neste capítulo.

Na Região Sudeste, observa-se os meios (mídia) estão relacionados aos medos, para citar Jesus Martín-Barbero (1998). Os meios de comunicação, em particular a televisão, servem como fonte de lazer e entretenimento gratuito, no caso das TVs abertas, sem que as

pessoas necessitem sair de casa, com medo da violência urbana ou por falta de condições econômicas para ir a um shopping center assistir um filme.

## **5.2 MINAS GERAIS**

### **5.2.1 Introdução**

Minas Gerais é o segundo estado mais populoso do país, totalizando 18 milhões de habitantes distribuídos em 853 municípios, o maior número entre as unidades da federação. Belo Horizonte, a capital, é o maior de todos, com 2,2 milhões de habitantes. Em sua região metropolitana, que contém grandes cidades como Contagem e Betim, concentram-se 5 milhões de pessoas. Outros municípios de grande importância são Uberlândia, Juiz de Fora, Montes Claros, Ouro Preto, Poços de Caldas, Alfenas, Varginha, Viçosa e Diamantina. Economicamente, é um estado voltado para indústria pesada, a mineração e a agricultura, oscilando entre o segundo e o terceiro lugar nacional na comparação entre os PIBs estaduais brasileiros.

O Estado de Minas Gerais possui uma história rica em matéria de televisão. Parte dela será contada nos capítulos sobre a TV Alterosa (herdeira da pioneira TV Itacolomi, fundada por Assis Chateaubriand em 1955) e outras emissoras regionais. O quadro atual é semelhante ao verificado no Rio de Janeiro e em São Paulo no tocante à composição das TVs abertas e concentração de propriedade. TV Globo, Bandeirantes, Rede Record e Rede TV possuem emissoras próprias em Belo Horizonte, enquanto que o SBT se faz presente na capital através de uma afiliada. O estado possui uma TV pública estatal, a Rede Minas, que faz parte da Rede Brasil, retransmitindo material da TV Cultura de São Paulo e da TVE carioca, além da

produção local, ainda minoritária, mas que perfaz o maior percentual produzido regionalmente entre as seis emissoras transmitidas em VHF.

No tocante às emissoras comerciais, a que mais produz na capital é a TV Alterosa, afiliada do SBT, enquanto que a menos produtiva em termos locais é a Rede TV. Em todo o Estado existem 20 emissoras abertas em operação (sem contar as retransmissoras), segundo dados do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC)<sup>166</sup>, sendo 12 afiliadas (três da Rede Globo, cinco do SBT, dois da Rede TV, duas da Bandeirantes) e sete próprias (quatro da Globo, uma [01] da Rede TV, um [01] da Bandeirantes, e um [01] da Record). A Rede Minas é um caso à parte, pois é composta pela sede de Belo Horizonte e por 66 emissoras coligadas e autônomas, que retransmitem a maior parte da programação e produzem somente matérias locais para serem editadas nos telejornais da emissora.

A Rede Globo mantém a liderança entre as emissoras abertas, enquanto que o segundo lugar na preferência do telespectador mineiro vem sendo disputado ponto a ponto entre a TV Alterosa, afiliada do SBT, e a Rede Record<sup>167</sup>. A Band Minas, antes situada em um confortável no terceiro lugar, caiu para o quarto, ficando a Rede TV em quinto e a Rede Minas em sexto<sup>168</sup>.

A TV por assinatura aparece na sua modalidade a cabo (CATV) e por transmissão em microondas (MMDS). O segmento de cabo é liderado pela operadora Net, do grupo Globo,

---

<sup>166</sup> Fonte: Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em fev de 2006.

<sup>167</sup> Existe uma guerra de informação sobre o assunto, mas não se pode falar em domínio absoluto de um ou outro canal nessa disputa. No entanto a Record tem levado vantagem no horário nobre, que é o que mais pesa na hora do anunciante se definir pelo espaço de veiculação.

<sup>168</sup> Dados fornecidos por telefone pelo jornal Hoje em Dia, que identificou o Ibope como fonte. Não foi possível ter acesso ao original. Todas as indicações de audiência em Belo Horizonte são baseados nessa fonte.



seguida de longe pela Way TV, enquanto que a TV Filme opera para a Sky, que também pertence às Organizações Globo<sup>169</sup>. Outras operadoras menores atuam no interior do estado, ficando restritas a mercados municipais. Segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) de dezembro de 2005, os serviços de TV por assinatura atingem 20 dos 853 municípios do estado (2,3%), sendo acessados em 1.381.615 domicílios em Minas Gerais, o que corresponde a 23,8% das residências.

Diversas iniciativas no sentido de democratizar a produção audiovisual foram experimentadas nos últimos anos em Minas Gerais, sendo a Associação Imagem Comunitária a mais bem-sucedida. Hoje a associação produz diversos programas concebidos e executados por adolescentes de comunidades de Belo Horizonte, que compõem a programação da Rede Minas (VHF) e da TV Horizonte (cabo), tendo ganhado o importante prêmio Hague Youth Video Festival (EUA/Holanda) em 1999. Outra experiência interessante em termos de produção independente é a TV Muro, de Sabará, cidade histórica localizada 25 quilômetros a leste da capital.

## **5.2.2 Apresentação das Emissoras Estudadas**

### 1. TV Alterosa

A TV Alterosa é uma afiliada do SBT (pertencente à família Abravanel) em Minas Gerais. O controle acionário da emissora está sob a guarda do grupo Diários Associados (a empresa está registrada sob o nome de Sociedade Rádio e Televisão Alterosa Ltda.). A

---

<sup>169</sup> Até o final deste relatório a fusão das empresas Sky-Direct TV havia sido aprovada pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), mas ainda não concretizada.

emissora faz parte do chamado Sistema Estaminas de Comunicação, grupo que inclui, além da TV Alterosa, os jornais Estado de Minas (periódico de maior circulação no estado) e Diário da Tarde (segunda maior circulação), a rádio Guarani FM, o Teatro Alterosa e a produtora de comerciais Alterosa Cinevídeo, sendo gerida diretamente pela diretoria desse grupo. Hoje ela atinge a todo território mineiro, mantendo com a TV Record uma disputa pelo segundo lugar de audiência<sup>170</sup>. Atualmente a TV Alterosa produz 31 programas semanalmente, quatro diários e três semanais (com reprise) o que corresponde a 18% dos 173 da grade. Dentre estes apenas um é de entretenimento, o programa de auditório *Graffiti* (3,2% dos programas locais).

Programação local da TV Alterosa/SBT			
Nome	Descrição	Categoria	Veiculação
Alterosa Esporte	Jornalismo Esportivo	Informação	Seg/sábado
Jornal da Alterosa	Jornalismo	Informação	Seg/sábado
Jornal da Alterosa 2ª edição	Jornalismo	Informação	Seg/sábado
Auto Papo	Informações sobre o setor automobilístico.	Informação	Domingo e quarta
Antônio Roberto e Você	Orientações sobre comportamento e vida cotidiana	Informação	Seg/sexta
EM Esportes	Jornalismo Esportivo (com jornalista do Estado de Minas)	Informação	Domingo e sexta
Graffiti	Programa de Auditório	Entretenimento	Sábado
Viação Cipó	Turismo	Informação	Domingo e quinta

Quadro 65

<sup>170</sup> Nessa competição pelo mercado regional, que envolve a definição de cotas publicitárias de acordo com a posição no ranking de audiência, existe também uma guerra de informação. Assim, a Tv Alterosa coloca-se como vice-líder (atrás da Globo) nos dados fornecidos pelo site da emissora (<http://www.tvalterosa.com.br/>) em fev de 2006, enquanto pesquisas do Ibope consultadas através do jornal Hoje em Dia (também pertencente à agremiação religiosa de Edir Macedo) dão conta de que a Record tem levado vantagem na maioria dos horários, principalmente no chamado horário nobre.

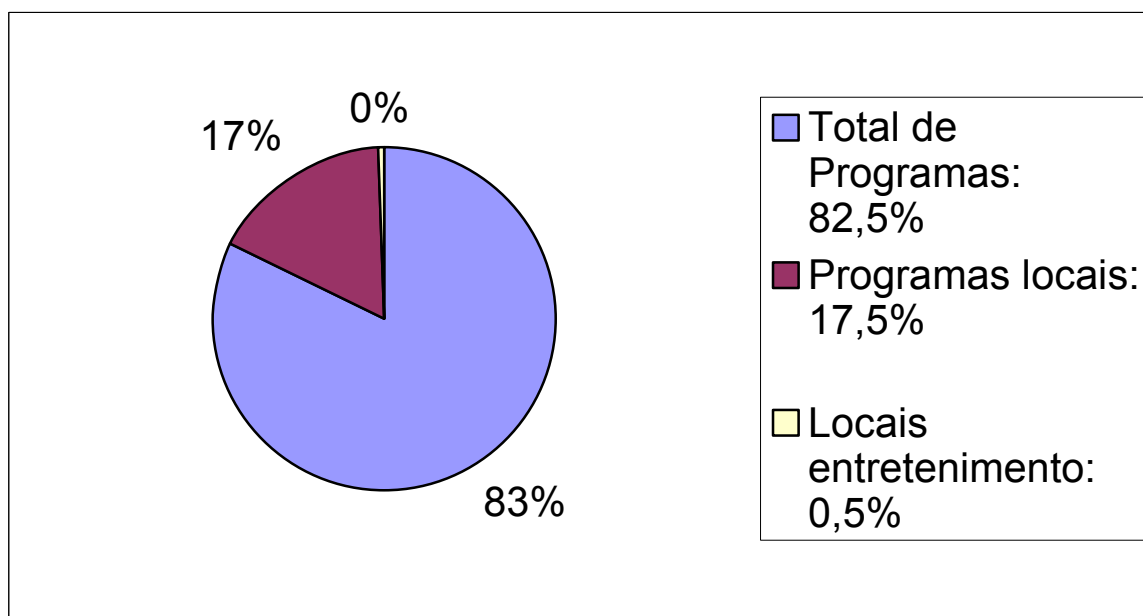


Gráfico 71

## 2.TV Globo Minas

A Globo Minas, sediada em Belo Horizonte, é uma das 20 emissoras da Rede Globo que pertencem à família Marinho (e uma das cinco registradas sob a razão social TV Globo Ltda)<sup>171</sup>, dentre as 118 de toda a rede<sup>172</sup>. Iniciou suas operações em 1969, quando a TV Belo Horizonte – que veiculava programas da extinta TV Rio – foi comprada por Roberto Marinho. Desde então a Globo Minas vem produzindo tradicionalmente programas locais de jornalismo, tanto o de caráter geral, no horário do almoço e à noite, como o esportivo. Começou a ocupar o primeiro lugar de audiência no horário nobre em Minas Gerais a partir dos anos 1970, primeiramente na capital, depois conquistou a liderança na média dos horários, em torno de 50%, que vem mantendo até hoje. Exibe 13% de produção local em sua

<sup>171</sup> Fonte: Site do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) - <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em 08/02/2006. O FNDC identifica ainda a Tv Sul de Minas, de Varginha e a Tv Panorama, de Juiz de Fora, como pertencentes à Globo (e não afiliadas) em Minas Gerais.

<sup>172</sup> Santomauro, Antonio Carlos. De olho na riqueza regional. *Meio & Mensagem especial*. 4 de abril de 2005

programação. Tem como estratégia realizar um jornalismo de serviço, abrindo espaço para entradas extraordinárias ao longo do dia para falar das condições do trânsito, entre outras informações do gênero<sup>173</sup>. Dentro dessa política, produziu até 2004 o programa *Globo Comunidade*, onde são discutidos problemas dos bairros da cidade - formato que se repete entre todas as afiliadas do país. A diferença é que a emissora monta periodicamente nas comunidades estandes para serviços de utilidade pública, como emissão de carteiras de trabalho, de identidade, entre outros, em parceria com o governo de estado.

A Globo Minas apresenta também um programa local especializado em turismo chamado *Terra de Minas*. Produziu até 2003 o programa cultural *Minas ao Luar*, em parceria com o governo do estado. Atualmente o único programa de entretenimento do canal é o *Globo Horizonte*, exibido aos domingos no horário de 6h55 da manhã, em geral reservado para os formatos de agronegócios, correspondendo a 4% dos programas locais. Trata-se de um programa de entrevistas que tem priorizado assuntos relativos à cultura, dando espaço para grupos teatrais, musicais e de cinema expressarem suas opiniões.

Programação local TV Globo Minas			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Bom Dia Minas	Jornalismo	Informação	Seg/segunda
MG TV 1ª Edição	Jornalismo	Informação	Seg/sábado
MG TV 2ª Edição	Jornalismo	Informação	Seg/sábado
Globo Esporte	Reportagens sobre esporte	Informação	Seg/sabado
Terra de Minas	Reportagens sobre turismo	Informação	Sábado
Globo Horizonte	Entrevistas com artistas locais	Entretenimento	Domingo

Quadro 66

<sup>173</sup> Fonte: Site da Globo Minas - <http://globominas.globo.com/> - Acesso em fev de 2006.

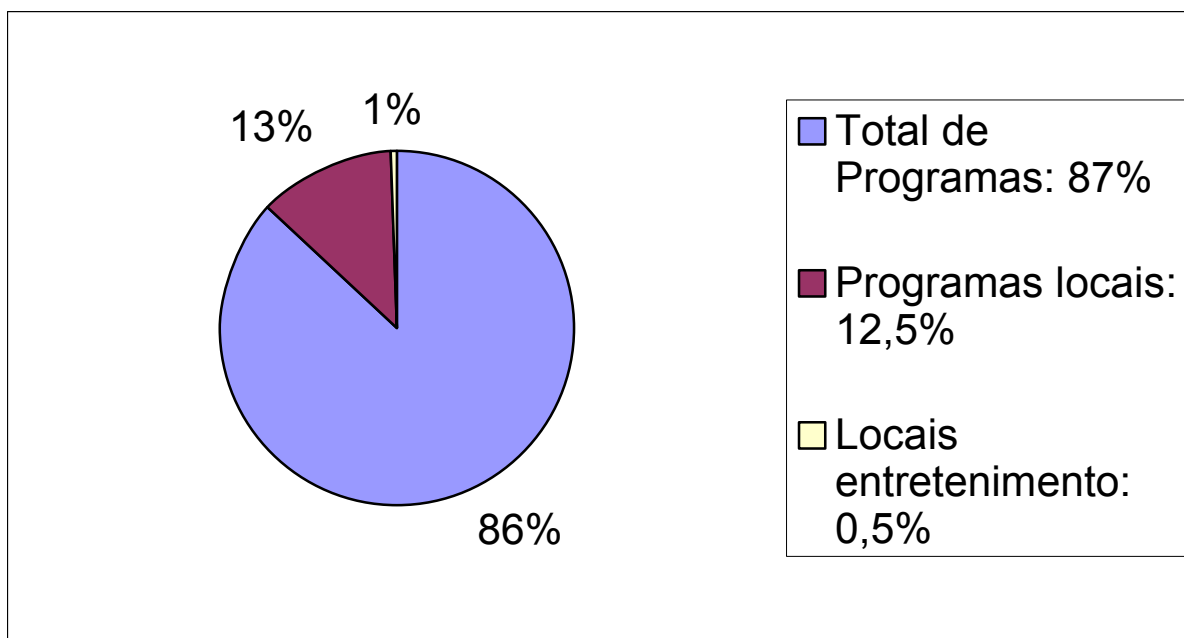


Gráfico 72

### 3. Rede Minas

A antiga TV Minas, atual Rede Minas, foi criada em 1984 pelo decreto estadual 23.807. É gerida pela Fundação TV Minas Cultural e Educativa, de direito público, sem fins lucrativos<sup>174</sup>. Tem por lei autonomia administrativa e financeira, mas seus recursos vêm todos do governo do estado, que também escolhe a sua diretoria. Atinge todo o estado de Minas Gerais e tem integrantes da grade de programação retransmitidos nacionalmente pela Rede Brasil, como o programa musical *Alto Falante*. Outros programas são captados da TV Cultura de São Paulo e TVE do Rio de Janeiro e retransmitidos por 66 emissoras coligadas no interior do estado, que enviam matérias para integrar os telejornais locais produzidos em Belo Horizonte.

<sup>174</sup> Site da Tv Minas - <http://www.redeminas.com.br/>. Acesso em fev de 2006.

A programação local ocupa 30% do total exibido no canal, o mais alto entre as emissoras mineiras que transmitem em VHF. Dentro total de horários locais, 25% são ocupadas por programas de entretenimento. Tanto na programação local em geral quanto entre os programas de entretenimento, o índice de repetição é de 30%. O canal tem ainda a peculiaridade de apresentar programas em parceria com instituições que atuam no estado, como a Federação das Indústrias de Minas Gerais (Fiemg), que produz o programa *Economia & Negócios*, Instituto Itaú Cultural, que é responsável pelo *Jogo de idéias* e o Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais, que edita o *Jornal BDMG*. A Rede Minas ocupa hoje o sexto lugar de audiência na capital mineira.

Programação local da Rede Minas			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Agenda	Revista Cultural. Reportagens sobre cinema, teatro, dança, música etc.	Entretenimento	Seg/ sábado
Alto Falante	Programa sobre música, com reportagens e clips. Ênfase na cena independente	Entretenimento	Domingo
Arrumação	Programa de Auditório. Ênfase na música rural	Entretenimento	Domingo
Cine Magazine	Reportagens sobre Cinema, entrevistas, lançamentos	Entretenimento	Sexta-feira
Curta Minas	Exibição de curtas-metragens e Entrevistas com realizadores	Entretenimento	Domingo
Livro Aberto	Reportagens sobre Literatura, entrevistas, lançamentos	Entretenimento	Domingo
Palco Brasil	Programa sobre música erudita, concertos e entrevistas	Entretenimento	Domingo
Brasil das Gerais	Entrevistas em grupo, com especialistas e populares sobre questões de comportamento e vida cotidiana.	Informação	Seg/ sexta
Direito do Cidadão	Entrevistas sobre questões de natureza jurídica na área de consumo, trabalho e família	Informação	Domingo
Jornal do Esporte	Informações sobre o esporte local	Informação	Seg/ sexta
Jornal Minas 1ª edição	Jornalismo	Informação	Seg/ sexta
Jornal sete e meia	Jornalismo	Informação	Seg/ sexta
Jornal Visual Minas	Jornalismo para pessoas com deficiência auditiva	Informação	Seg/ sábado
Opinião Minas	Entrevistas com especialistas em temas políticos e econômicos	Informação	Seg/ sexta
+ Ação	Reportagens sobre ecoturismo e esportes de ação	Informação	Domingo

Programação local da Rede Minas			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Contraponto	Entrevistas com especialistas em meio ambiente, ciência e tecnologia	Informação	Terça-feira
Economia & Negócios	Entrevistas e comentários sobre economia	Informação	Terça/quinta
Jogo de Idéias	Entrevistas e comentários sobre cultura e Ciência	Entretenimento	Domingo
Meio de Campo	Debate Esportivo	Informação	Domingo
Minas Rural	Jornalismo Rural	Informação	Sábado
Nós	Debates sobre psicologia	Informação	Segunda-feira
Noturno	Programa sobre música instrumental	Entretenimento	Sábado

Quadro 67

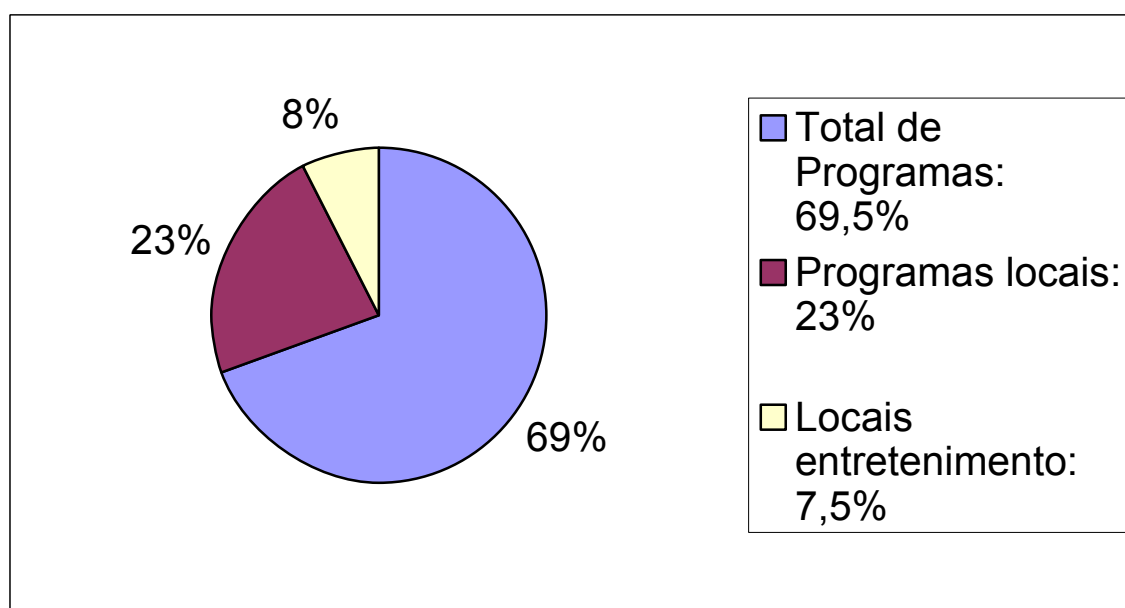


Gráfico 73

#### 4.TV Band Minas

A TV Bandeirantes, pertence à família Saad e tem sede em São Paulo. Nos anos 1970, a família montou a atual Rede Bandeirantes, que chegou no estado de Minas Gerais em 1976. Nesse ano João Jorge Saad comprou a antiga TV Vila Rica, de Belo Horizonte, emissora que

já havia exibido anteriormente a programação da extinta TV Excelsior e também da TV Record, além de programas locais<sup>175</sup>. Na ocasião seu nome foi mudado para TV Bandeirantes Minas, hoje TV Band Minas (razão social: Radio e Televisão Bandeirante de Minas Gerais Ltda.). Segundo o canal, a Band Minas exhibe aproximadamente 22 horas de programação local por semana, toda voltada para o jornalismo. O mais antigo é o *Minas Esporte*, há 23 anos no ar. Também atinge quase todo o interior do estado<sup>176</sup>. Em termos quantitativos os quatro programas produzidos pela emissora - três diários e um semanal - perfazem 14 % da programação total exibida. A Band Minas ocupa o quarto lugar de audiência em Minas Gerais, segundo dados do Ibope<sup>177</sup>.

A estrutura física de grande porte da emissora em Minas Gerais aponta para um potencial ainda pouco explorado no que diz respeito a investimentos em produção local. A emissora não apresenta programas de entretenimento em sua grade local, que consta de um programa esportivo, outro de entrevistas, um terceiro de entretenimento, voltado para o público feminino, trazendo informações sobre moda e culinária.

A comparação com a grade de programação sobre produção local publicada na revista Meio & Mensagem de 1999 indica que a Band Minas - naquela época uma das regionais de menor produtividade - continua praticamente na mesma situação. Ela veicula seis programas locais, dos quais produz quatro e arrenda dois horários para produções independentes. Três desses programas continuam na grade como há seis anos, o já citado *Minas Esporte*, o *Entrevista Coletiva* e a produção independente *Paulo Navarro*. O programa jornalístico local

---

<sup>175</sup> Site da Associação Mineira de Rádio e Televisão <http://www.amirt.com.br/>. Acesso em fev de 2006.

<sup>176</sup> Site Band Minas <http://www.bandmg.com.br/>. Acesso em fev de 2006..

<sup>177</sup> Acessos no jornal Hoje em Dia em fev de 2006.



é exibido de segunda a sexta em duas edições. A taxa de repetição é de menos de 9%, pois quase todos os programas passam ao vivo. Apenas o programa feminino é reprisado aos domingos. O programa independente *Paulo Navarro* eleva a percentagem de programas de entretenimento para 30%.

Programação local TV Band Minas				
Título		Descrição	Categoria	Veiculação
Jornal Band Minas Edição	1ª	Jornalismo	Informação	Seg/ sexta
Jornal Band Minas Edição	2ª	Jornalismo	Informação	Seg/ sexta
Tudo de Bom		Revista de variedades sobre moda, saúde, cultura e arte	Entretenimento	Seg/ sexta Domingo
Minas Esporte		Informações sobre o cenário esportivo local	Informação	Seg/ sexta
Paulo Navarro		Informações sobre cultura e sociedade	Entretenimento	Sábado
Roteiro de Minas		Reportagens sobre turismo	Informação	Sábado

Quadro 68

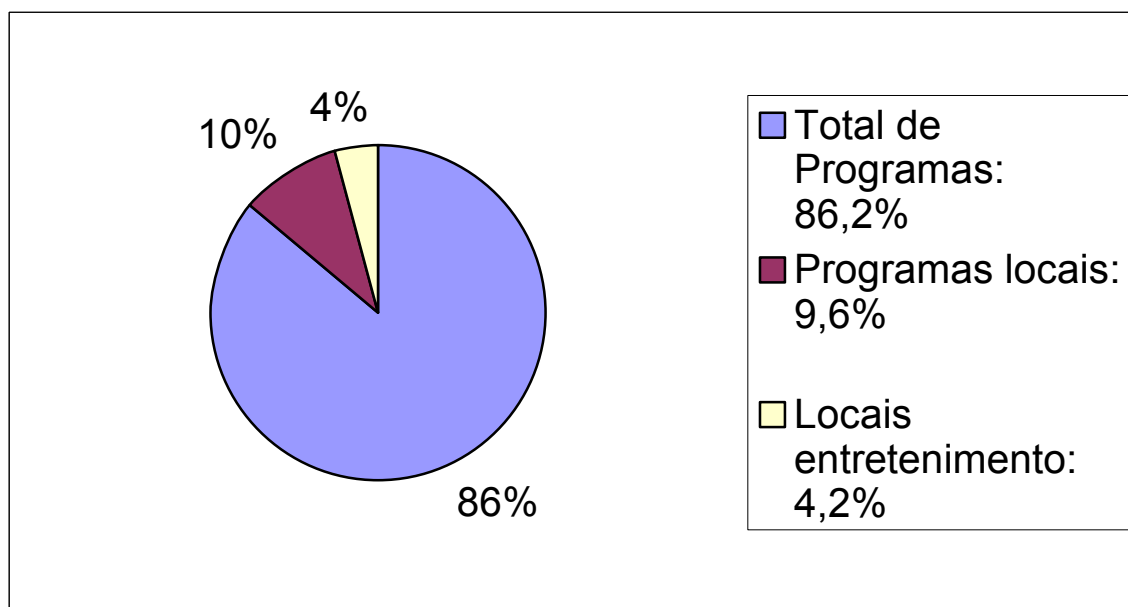


Gráfico 74

## 5. Rede Record

A Rede Record é uma das emissoras mais tradicionais da história da TV brasileira e a mais antiga em atividade. Foi comprada em 1989 pelo grupo religioso Igreja Universal do Reino de Deus, de Edir Macedo. O canal foi parcialmente exibido em Belo Horizonte entre 1966 e 1976 pela antiga TV Vila Rica, até esta ser comprada pela Rede Bandeirantes. A Record somente voltaria a ser assistida na capital mineira em 1991, quando a rede adquiriu o direito de usar uma concessão em Minas (com a razão social de Televisão Sociedade Ltda.)<sup>178</sup>. A emissora produz três programas locais na grade de Belo Horizonte, todos de jornalismo ao vivo, o que corresponde a 10% da programação total da Record veiculada em Minas Gerais.

Programação local Rede Record			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Informe MG	Jornalismo	Informação	Seg/ sábado
Balanço Geral	Jornalismo policial e de serviço, com ênfase no interior do estado	Informação	Seg/ sexta
Esporte Record	Informações sobre o cenário esportivo local	Informação	Seg/ sexta

Quadro 69

<sup>178</sup> A Rede Record Minas não aparece como uma emissora própria da Record na lista fornecida pelo Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), que pode ser encontrada no site <http://www.fndc.org.br>. No entanto, pode ser verificado na relação de acionistas das emissoras de Tvs, liberada em 2003 pelo Ministério das Comunicações, que o canal está registrado no nome de três bispos da Igreja Universal: Alfredo Paulo Filho, Marcus Vinicius da Silva Vieira e Luiz Cláudio da Silva Costa.

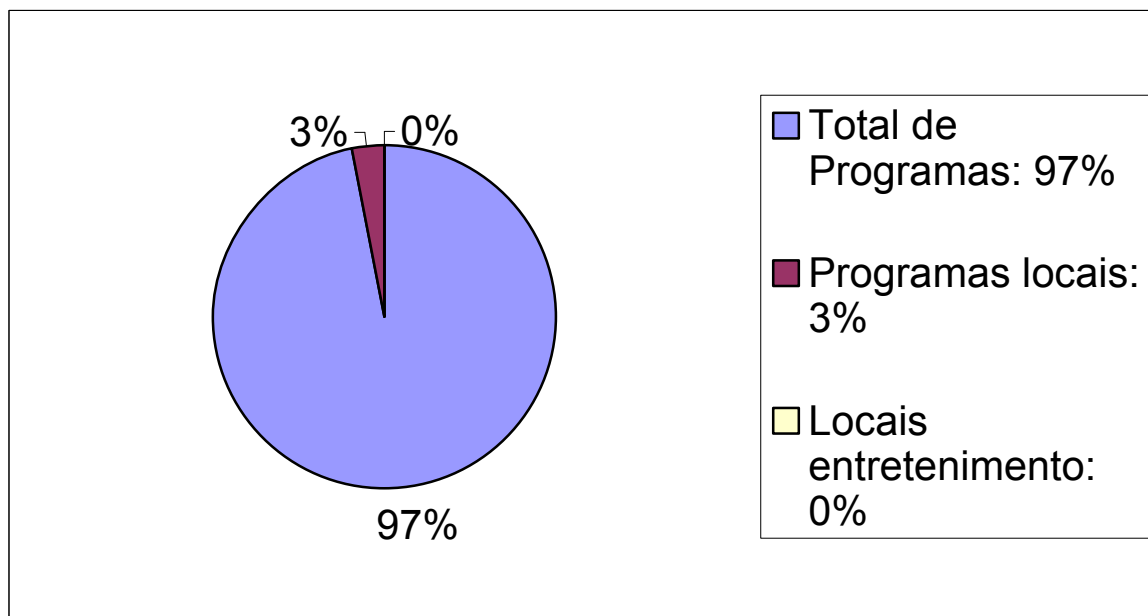


Gráfico 75

## 6.Redre TV!

A Rede TV é herdeira da extinta TV Manchete, que foi comprada em 1999 pelo grupo que tem como razão social o nome TV Omega Ltda (pertencente aos sócios Amilcare Dallevo e Marcelo Carvalho) e pelo Banco Rural<sup>179</sup>. Em Belo Horizonte a rede possui uma emissora própria que produz apenas um programa jornalístico ao vivo de 15 minutos por dia, de segunda a sexta-feira, que cobre as notícias locais. A quantidade de produção passa longe das duas horas e meia de programação regional declaradas para a revista *Meio & Mensagem* como um padrão para o canal<sup>180</sup>. O único programa local corresponde a apenas 3% do total exibido em uma semana pela Rede TV.

<sup>179</sup> Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em 08/02/2006

<sup>180</sup> Santomauro, Antonio Carlos. De olho na riqueza regional. *Meio & Mensagem especial*. 4 de abril de 2005

Programação local Rede TV			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Notícias de Minas	Jornalismo	Informação	Seg/ sexta

Quadro 70

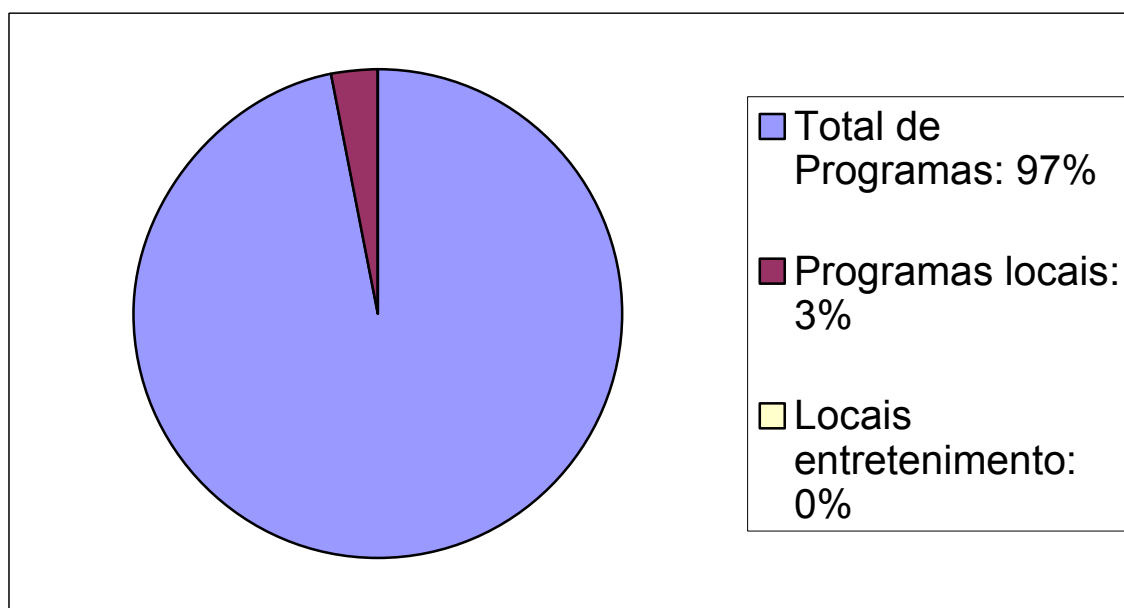


Gráfico 76

### **Emissoras locais de TV por Assinatura**

#### 7.TV Assembléia

A TV Assembléia de Minas Gerais foi a primeira emissora legislativa criada após a publicação da Lei 8.977/95, que regulamenta o serviço de TV a cabo no Brasil e que determina, no seu artigo 23, a reserva de um canal de utilização gratuita para o poder legislativo municipal e estadual. A Assembléia Legislativa ocupou inicialmente a totalidade desse espaço, tendo entrado em operação no dia 30 de novembro de 1995, no canal 40, em Belo Horizonte, hoje canal 11. Atualmente a Câmara Municipal de Belo Horizonte também produz um programa diário de meia hora para ser veiculado no canal, que mesmo assim ficou

conhecido como TV Assembléia. Ele também é transmitido via satélite para captação por antenas parabólicas, desde 1998, para 133 municípios do estado<sup>181</sup>. A programação prioriza as transmissões ao vivo das reuniões do Plenário da Assembléia (o que é determinado pela Lei do Cabo em seu artigo 23), apresentando ainda reprises das sessões (que são repetidas ao menos uma vez, já que durante as manhãs e tardes a maior parte da população está trabalhando), além de cobrir o trabalho das diversas comissões compostas pelos deputados. Apresenta ainda uma grade variada, perfazendo 18 horas diárias<sup>182</sup>. O canal produz 98,5% do que veicula e os horários alternativos ocupam 35% da grade<sup>183</sup>. Os programas de entretenimento representam 3,2% do total de programas próprios.

Programas da TV Assembléia			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Repórter Assembléia	Reportagens com que resumem a atividade parlamentar do dia	Informação	Seg/segunda
Panorama	Debates sobre temas da pauta da Assembléia	Informação	Terça a quinta
Panorama Resenha	Entrevistas sobre principais assuntos legislativos da semana	Informação	Sexta/Sábado/Domingo
Assembléia Debate	Debates com especialistas sobre temas gerais	Informação	Segunda/quarta/ Sábado /Domingo
Visão Parlamentar	Entrevistas com deputados estaduais	Informação	Segunda a sexta/ Sábado
Memória e Poder	Depoimentos de personagens da história política	Informação	Segunda/quarta/quinta/Domingo
Mundo Político	Reportagens sobre política local e eleições	Informação	Segunda a sexta/ Sábado
Sala de Imprensa	Programa onde um especialista é sabatinado por jornalistas	Informação	Segunda/sexta/ Sábado/ Domingo
Via Justiça	Debate com juízes e parlamentares	Informação	Segunda/quarta/ Sábado / Domingo
Segunda Musical	Programação musical do Teatro Assembléia	Entretenimento	Segunda/Domingo
Teatro Assembléia	Programação teatral do Teatro Assembléia	Entretenimento	Quarta/Domingo

Quadro 71

<sup>181</sup> RENAULT, Letícia. **Comunicação e Política nos canais de televisão do poder legislativo no Brasil**. Belo Horizonte: Assembléia Legislativa de Minas Gerais, 2004.

<sup>182</sup> Site da Assembléia Legislativa de Minas Gerais - <http://www.almg.gov.br/>. Acesso em fev de 2006.

<sup>183</sup> O caso da TV Assembléia em Minas Gerais é retomado e analisado em material anexo.

## 8.TV Universitária

Composto pela TV UFMG, PUC TV, TV Uni-BH e TV UEMG (temporariamente fora do ar), tem sua programação exibida através do canal a cabo 14 (Way TV) e canal 12 (NET). Os núcleos de produção das universidades realizam 100% do que é exibido no canal, embora haja uma taxa alta de horários alternativos, de 80%. Dentre os programas produzidos, 26% são de entretenimento. A TV Universitária apresenta uma programação heterogênea, na forma e no conteúdo, o que é natural pelas diferenças observadas entre as quatro instituições que a compõem.

## 9.PUC TV

A PUC TV entrou no ar em setembro de 1998 e pertence à Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Segundo a coordenação do canal, os programas são desenvolvidos por voluntários, estagiários e trainees da PUC Minas, sob a coordenação de profissionais de comunicação. A emissora produz, por semana, 30 horas inéditas de programação. A PUC TV tem ainda dois telejornais diários, o *Primeira Edição* e o *Jornal 15 Minutos*<sup>184</sup>. Os telejornais são produzidos e veiculados simultaneamente pela PUC TV e a TV Horizonte (que também retransmite outros programas da PucTV).<sup>185</sup>

É uma TV Universitária de grande porte para os padrões brasileiros, possui bons estúdios e equipamentos comparáveis aos de outras emissoras locais, inclusive abertas. A Puc

---

<sup>184</sup> Site Puc TV <http://www.pucminas.br/puctv/>. Acesso em fev de 2006.

<sup>185</sup> Os dois canais fizeram uma experiência talvez inédita de transmitir um programa em que era solicitado ao espectador que colocasse dois aparelhos de TV lado a lado, um em cada canal, para que ele pudesse ser compreendido.

TV ocupa a maior parte da grade do Canal Universitário, por ser a que mais produz, embora a taxa de repetição seja de 80%, igual a das outras TVs universitárias de Belo Horizonte. A emissora também fornece parte da programação para a TV Horizonte, também pertencente à Igreja Católica, mas ao contrário desta última, não apresenta programas de caráter religioso em sua grade. Mantém parceria com o canal STV Senac, apresentando programas da grade da emissora paulista, além de vinhetas da STV.

#### 10.TV Uni-BH

A Uni-BH, antiga Fafi (Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras) foi fundada em 1964 e se tornou um centro universitário em 1999. Sua entidade mantenedora é a Fundação de Cultura de Belo Horizonte (Fundac-BH). É uma fundação de direito privado, sem ligação com órgãos governamentais. A TV Uni-Bh faz parte da TV Universitária desde sua implantação, em 1998. Também gera programação para a TV Uni-Bh Inconfidentes, que atinge as cidades de Ouro Preto e Mariana, no interior do estado<sup>186</sup>. Produz todos os programas que veicula, mas tem uma taxa de repetição alta, de 80% do que é exibido.

A TV funciona como um local de estágio para estudantes de jornalismo e publicidade da Uni-BH.

#### 11.TV UFMG

Produzida pela Diretoria de Divulgação e Comunicação Social (DDCS) da UFMG, o canal é diretamente ligado à Reitoria da universidade. A maior parte dos profissionais que

---

<sup>186</sup> Site da Tv Uni-BH - <http://www.tvunibh.tv.br/>. Acesso em fev de 2006.

trabalham na TV é composta por alunos dos cursos de Comunicação Social. Não possui estúdio e funciona ainda de maneira improvisada, colocando no ar oito programas que são renovados semanalmente, quinzenalmente e mensalmente. Dentre estes, 40% são programas de entretenimento, o maior índice entre as universitárias, quase sempre matérias com artistas que já estudaram ou se apresentaram na UFMG. Também exibe vinhetas culturais como o *Pílula Pop*, parte do programa *Câmera Aberta*, onde é mostrado um clip ou um extrato de um filme ou peça enquanto o autor fala rapidamente sobre a obra. Apresenta também reportagens sobre aspectos da vida cotidiana e cultural da capital mineira, além de divulgar a produção universitária.

Programação TV Universitária				
Programa	Descrição	Categoria	Instituição	Veiculação
Estação	Debates entre professores universitários sobre temas variados. Ao vivo.	Informação	PUC-Minas, UFMG, UEMG, UNI-BH	Semanal
Jornal Primeira Edição	Jornalismo. Apresenta as principais notícias do dia	Informação	PUC-Minas	Segunda a Sexta
Pão de Case	Reportagens sobre propaganda e marketing	Informação	PUC-Minas	Quinzenal
Produções Acadêmicas	Apresentação das melhores produções acadêmicas realizadas dentro da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas	In formação	PUC-Minas	Semanal
Registros	Debates sobre Produção Audiovisual.	Entretenimento	PUC-Minas	Mensal
Rosa Choque	Moda, cultura e direitos da mulher	Entretenimento	PUC-Minas	Quinzenal
SOS Economês	Informação econômica exibida de modo didático	Informação	PUC-Minas	Quinzenal
TV Tribo	Reportagem documental sobre grupos sociais	Entretenimento	PUC-Minas	Quinzenal
VIRTUALIS	Reportagens sobre a Internet e novidades tecnológicas	Informação	PUC-Minas	Quinzenal
Universus	Entrevista com personalidade da política ou economia	Informação	PUC-Minas	Semanal
Set Brasil	Reportagens sobre cinema	Entretenimento	PUC-Minas	Quinzenal
Desatino da Rapaziada	Entrevistas com escritores e professores de literatura	Entretenimento	PUC-Minas	Semanal
Microfonia	Entrevistas e reportagens sobre música, apresentação de bandas	Entretenimento	PUC-Minas	Quinzenal
Olhar Indiscreto	Reportagens e entrevistas sobre fotografia	Entretenimento	PUC-Minas	Quinzenal
15 Minutos	Jornalismo	Informação	PUC-Minas	Segunda a sexta



Programação TV Universitária				
Programa	Descrição	Categoria	Instituição	Veiculação
Boletim IRT	Programa mensal que divulga a pesquisa de Emprego, Desemprego e rendimento médio que o Instituto de Relações do Trabalho (IRT) da PUC Minas realiza na Região Metropolitana de Belo Horizonte	Informação	PUC-Minas	Mensal
Educação em Movimento	Programa realizado em parceria da PUC TV e do Mestrado em Educação da PUC Minas	Informação	PUC-Minas	Mensal
Espaço PUC	Produção acadêmica da Puc	Informação	PUC-Minas	Semanal
Esportes Gerais	Reportagens sobre o esporte em sua dimensão social, educativa e preventiva	Informação	PUC-Minas	Semanal
Bastidores	Reportagens que revelam aspectos curiosos do setor de serviços	Informação	Uni-BH	Semanal
Conhecimento	Programa de entrevistas que discute temas de dissertações de Mestrado e teses de Doutorado dos professores do UNIBH.	Informação	Uni-BH	Quinzenal
CurtAgora	Programa sobre cinema	Entretenimento	Uni-BH	Semanal
Data Venia	Data Venia é um programa de entrevistas com profissionais da área jurídica sobre temas relacionados ao Direito	Informação	Uni-BH	Semanal
Expressão	Opinião de profissionais da imprensa sobre temas relacionados ao jornalismo	Informação	Uni-BH	Quinzenal
Holofote	Revista Cultural	Entretenimento	Uni-BH	Quinzenal
Informando	O programa apresenta matérias relacionadas ao universo acadêmico do UNIBH.	Informação	Uni-BH	Segunda a Sexta
InterAção	Tem o objetivo de abordar o esporte de forma mais ampla, abrindo espaço para todas as atividades físicas, voltadas para a competição, entretenimento e lazer	Informação	Uni-BH	Quinzenal
PontoCom	Reportagens sobre a Internet e novidades tecnológicas	Informação	Uni-BH	Quinzenal
Saúde	apresenta entrevistas sobre os mais variados temas relativos à qualidade de vida, prevenção, tratamento de doenças, medicamentos e os avanços da medicina.	Informação	Uni-BH	Semanal
Tema Livre	Tema Livre é um programa de entrevistas que tem como objetivo a informação e o entretenimento.	Entretenimento	Uni-BH	Semanal
Vereda Literária	Programa de enfoque aos temas gerais da literatura e da vida literária, através de entrevistas com autores, editores, distribuidores, livreiros, professores universitários e leitores qualificados.	Entretenimento	Uni-BH	semanal
Paratodos	Exibição de curtas-metragens e vídeos	Entretenimento	UFMG	Mensal
Circuito UFMG	Reportagens sobre eventos na UFMG	Informação	UFMG	Segunda a sexta
Câmera Aberta	Matérias sobre cultura e comportamento	Entretenimento	UFMG	Semanal
Mídia em Pauta	Programa de entrevistas e debates sobre os meios de comunicação produzido pelo Departamento de Comunicação Social da UFMG	Informação	UFMG	Semanal

Programação TV Universitária				
Programa	Descrição	Categoria	Instituição	Veiculação
Voto Cidadão	Debates sobre a participação popular em uma democracia.	Informação	UFMG	Semanal
Ponto de Encontro	Entrevistas com artistas, músicos e escritores	Entretenimento	UFMG	Semanal

Quadro 72

## 12.TV Horizonte

A TV Horizonte começou a operar em agosto de 1998, por iniciativa da Arquidiocese de Belo Horizonte, apresentando o ponto de vista da Igreja Católica. É mantida pela Fundação Cultural João Paulo II e vai ao ar através dos canais 19 (UHF), 22 (NET) e 24 (WAY TV). Segundo as informações prestadas pelo canal, apresenta cerca de 11 horas diárias de produção inédita, além de programas originalmente produzidos pela Puc TV, Rede Vida e STV (Senac-SP). Nesse levantamento não foram considerados os nove programas produzidos pela Puc TV, já contabilizados na tabela referente àquele canal. O programa *Sala de Cinema* também é exibido nacionalmente pela STV<sup>187</sup>. O canal produz 58% do que exibe e a taxa de repetição está em 25%.

A parceria com a PUC TV e a STV ressalta o desejo dos administradores do canal de dialogar com o público jovem. Outra parceria interessante é com a Associação Imagem Comunitária, uma Ong que desde 1993 trabalha com as comunidades de menor poder aquisitivo na capital mineira, visando dar oportunidades aos jovens sem voz para dominarem o processo de produção de vídeo, rádio, televisão, jornal impresso e outros modos de inclusão. processo de produção de vídeo, rádio, televisão, jornal impresso e outros modos de inclusão.

<sup>187</sup> Site da Tv Horizonte - <http://www.tvhorizonte.com.br/>. Acesso em fev 2006.

Entre os diversos projetos desenvolvidos pela AIC, o que é exibido na Rede Minas é a Rede Jovem de Cidadania, composta por jovens de nove regiões diferentes da cidade, que concebem, produzem e editam programas como o *Debate no meio da Rua*. Nesta variação de alta carga criativa do formato do debate televisivo, os interlocutores vão para uma esquina onde o sinal seja particularmente demorado, levam banquinhos para o meio da rua e sentam na faixa de pedestre para conversar sobre temas do cotidiano adolescente<sup>188</sup>. O timing do grupo vai ser aprimorando ao longo do programa e, ao final, já conseguem conversar sem ter a fala cortada pelo sinal. O canal também exhibe parceria com a Unimed-BH (empresa de plano de saúde privado), com o jornal *Diário da Tarde*, que produz o programa *DT Esportes* e com a Fundação Zoobotânica (que administra o zoológico de Belo Horizonte), no programa *Esse Bicho é o bicho*. Os programas de entretenimento representam 26,5% da grade.

Programas da TV Horizonte			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
TV X	Programa Infantil ao vivo, com brincadeiras e apresentação de palhaços	Entretenimento	Seg/sexta
Caleidoscópio	Pequeno de variedades apresentado ao vivo para pequena platéia	Entretenimento	Segunda/quarta/Sexta
Sala de Cinema	Programa sobre cinema	Entretenimento	Semanal
Viola Brasil	Programa sobre os violeiros, com apresentações musicais	Entretenimento	Semanal
A palavra de Deus	Reflexões sobre o Evangelho	Religioso	Semanal
Cidade da gente	Programa sobre turismo	Informação	Semanal
DT Esportes	Informações esportivas	Informação	Semanal
Ecolatina TV	Programa sobre meio ambiente	Informação	Semanal
Elas	Programa de variedades sobre o universo feminino	Entretenimento	Semanal
Em Diálogo	Debate ecumênico entre sacerdotes e pastores de todas as igrejas cristãs	Religioso	Semanal
Espaço Gastrô	Programa sobre gastronomia	Entretenimento	Semanal
Este Bicho é o Bicho	Reportagens sobre hábitos dos animais	Informação	Semanal
Horizonte Notícia	Notícias dos projetos sociais e ações ligadas à Arquidiocese de Belo Horizonte	Informação	Semanal
Jogada de Classe	Informações esportivas	Informação	Semanal

<sup>188</sup> Site da Ong: <http://www.aic.org.br/>. Consultado em Fev 2006.

<b>Programas da TV Horizonte</b>			
<b>Título</b>	<b>Descrição</b>	<b>Categoria</b>	<b>Veiculação</b>
Mesa de Negócios	Reportagens sobre o mercado de trabalho, empreendedorismo e recursos humanos	Informação	Semanal
Nos passos do Pastor	Programa com a participação do Arcebispo de Belo Horizonte, Dom Walmor Oliveira de Azevedo	Religioso	Semanal
Pense saúde	Reportagens sobre medicina	Informação	Semanal
Religare	Debate sobre conhecimento e religião	Informação	Semanal
Retratos	Programa de entrevistas sobre temas atuais.	Informação	Semanal
Dedo de Prosa	Reportagens voltadas para os cidadãos da terceira idade	Informação	Semanal

Quadro 73

### 13. Rede Super

A Rede Super pertence à Igreja Batista da Lagoinha (IBL)<sup>189</sup>, agremiação religiosa presidida pelo pastor Marcos Valadão que segue a linha pentecostal voltada para o público jovem. Utiliza as instalações do antigo Canal 23, uma emissora pioneira na transmissão de conteúdo local, montado pelo ex-editor-chefe do Jornal Nacional, Alberico Souza Cruz em 1997. O canal 23 foi comprado pela Igreja Batista da Lagoinha em 2002, quando sua programação foi imediatamente reformulada para privilegiar o enfoque religioso. Produz e exhibe quase todos os 43 programas da grade. Estes abordam temas variados, mas, de acordo com o canal, são sempre obedientes aos conceitos cristãos. Tem a característica de apresentar boa parte de sua programação ao vivo, atingindo o total de 13 horas inéditas por dia. Herdou do Canal 23 uma estrutura técnica superior à maioria dos canais locais.

<sup>189</sup> Lagoinha é um bairro em Belo Horizonte onde se localiza o templo da IBL.

Embora seja uma emissora religiosa característica, onde os pastores ocupam a maior parte da grade, procura se diferenciar em relação à programação evangélica vista em canais abertos como Record, Bandeirantes e Rede TV por uma certa ênfase na audiência jovem, apresentando atrações como o formato *Balaio*. Neste programa o apresentador veste-se como um jovem de classe média urbano e moderno, com tiara no cabelo e um figurino menos rígido do que o normalmente trajado pelos evangélicos. Ele cobre eventos como shows e desfiles de moda evangélica, sendo um dos poucos profissionais do canal a se apresentar em externas. O *Balaio* também conta com quadros humorísticos, sempre justificando suas falas pela necessidade de pregar os preceitos da IBL, pois, como conta o apresentador no site do canal, ele teria sido considerado irreverente demais por outras igrejas.

O canal também conta com um programa infantil, onde um apresentador contracena com bonecos que recordam vagamente os infantis premiados da TV Cultura nos anos 60. Por último, um horário de *clipes* gospel completa o quadro de programas de entretenimento, contando com um apresentador de visual igualmente moderno, ao menos para os padrões vigentes nas emissoras religiosas.

Os intervalos entre os programas são repletos de chamadas para cultos e shows de música gospel, onde, por um lado são enfatizadas as atividades religiosas e, por outro, os jovens são convidados a contar seus problemas. O percentual de programas de entretenimento é de 8,7%. A taxa de repetição dos programas da Rede Super é de 51%<sup>190</sup>.

A tabela abaixo lista os três programas de entretenimento do canal e mais três exemplos de temas variados. Já que os 37 programas restantes são basicamente programas de

---

<sup>190</sup> Os índices de audiência da Rede Super não foram fornecidos pela operadora.

aconselhamento e interpretação religiosa de acordo com os preceitos da Igreja Batista da Lagoinha, a igreja Sara Nossa Terra e a Igreja Despertar da Fé, que também integram a programação com quatro horários.

Programação Rede Super			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Balaio	Revista cultural evangélica e ensinamentos cristãos através do humor	Entretenimento	Domingo/quarta/quinta sábado
Super Sônika	Videoclipes de bandas e cantores do mercado evangélico nacional e internacional.	Entretenimento	Sábado/ Domingo
Tio Uli e os Bonecos	Programa infantil com bonecos, desenhos animados e ensinamentos cristãos	Entretenimento	Seg/ sexta
Som da Alma	Mensagens bíblicas para portadores de deficiência auditiva	religioso	Seg/ sexta
Em Debate	Especialistas discutem com pastores os problemas da atualidade	Informação	Seg/ sexta
Ministério da Fé	Pregação e reportagens especiais sobre a fé evangélica	religioso	Seg/ sábado

Quadro 74

#### 14.Canal Comunitário

O Canal Comunitário de Belo Horizonte, chamado de TVC, foi um dos primeiros com essas características a funcionar no território brasileiro, tendo iniciado suas operações em 12 de dezembro de 1995, ainda em caráter experimental, pouco tempo após a sanção da Lei do Cabo. É administrado por associações de usuários formalmente constituídas e regidas por estatuto e regimento próprios. O canal não cobra pelo acesso, exibindo programas produzidos por organizações não-governamentais sem fins lucrativos, associações de classe, entre outras entidades da sociedade civil. Não tem ligação com qualquer órgão estatal nem com mídia comercial. Segundo o professor Valdir Oliveira, da UFMG, é um dos canais comunitários

mais bem estruturados do país, com uma grade de cerca de 33 programas<sup>191</sup>. São exibidos diariamente 20 programas diferentes, renovados semanalmente, apresentando uma taxa de repetição de 20%. Os índices de audiência das TVs por assinatura não foram fornecidos, por isso não podemos saber o real alcance de sua programação, mas a localização do TVC é próxima dos canais abertos na ordem estabelecida pela operadora NET, ocupando o canal 13, perto do 16, da TV Record, a primeira das TVs abertas. A tabela abaixo apresenta os três programas de entretenimento da TVC (11,5% da programação) e mais dois exemplos da programação exibidos no canal.

Programação TVC Canal Comunitário			
<b>Título</b>	<b>Descrição</b>	<b>Categoria</b>	<b>Veiculação</b>
Fuzarka	Revista cultural de variedades	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Sala de Cultura	Programação cultural com ênfase na música e no teatro	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Cultura e Educação	Programa literário, com entrevistas e leituras de trechos de livros	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Sinttel-MG	Programa do Sindicato dos Trabalhadores em Telecomunicações de Minas Gerais	Informação	Semanal
Trilogia Analítica	Programa que divulga as idéias da Trilogia Analítica, corrente da psicologia	Informação	Semanal

Quadro 75

## 15.BH Geraes

O Canal BH Geraes é o único canal local produzido pela operadora Way TV, no ar desde setembro de 2004, que pertence ao grupo Way Brasil. Segundo a operadora, a Way Brasil, uma empresa mineira de comunicações, tem a autorização da Agência Nacional de

<sup>191</sup> Castro Oliveira, Valdir de et al. *A mídia em pauta: accountability midiático na TV Comunitária de Belo Horizonte*. Anais do 8º Encontro de Extensão da UFMG. Belo Horizonte 03 a 08 de outubro de 2005.

Telecomunicações (Anatel) para comercialização de serviços como TV a cabo e Internet banda larga nos municípios de Belo Horizonte, Poços de Caldas, Uberlândia e Barbacena. Ainda de acordo com a Way Brasil, a composição acionária da empresa é formada por: Empresa de Infovias S/A - 49,90%<sup>192</sup>; Brasil Telecomunicações S/A - 29,89%; Diários Associados Ltda - 19,11%; CLIC - Clube de Investimentos dos empregados da CEMIG - 1,10%<sup>193</sup>. A parte da manhã é ocupada por programas de tele-vendas e a parte da tarde por programas de entretenimento (que ocupam 31% da grade) e jornalismo.

O canal vem mantendo uma importante parceria com os produtores de audiovisual em Minas Gerais, tendo exibido curtas e animações em parceria com o CRAV, Centro de Referência Audiovisual. Este é um órgão da Prefeitura que atua na área de conservação e incentivo à produção. O canal possui uma estrutura precária, que o impede de ampliar o número e a qualidade dos programas. Embora não tenham sido fornecidos os números da audiência do canal, sabe-se que a Way TV tem participação minoritária no mercado de TV a cabo de Belo Horizonte, dominado pela Net. Todos os programas são produzidos localmente e a taxa de repetição do canal é baixa para uma TV a cabo local, ficando em 35%. Os programas de entretenimento representam 31% do total oferecido à população.

---

<sup>192</sup> Empresa ligada à CEMIG - Centrais Elétricas de Minas Gerais, estatal de energia. Fonte: Gontijo, Juliana. Tv por assinatura expande em BH. *Diário do Comércio*. Belo Horizonte, 04 de maio, 2005

<sup>193</sup> Site da Way Tv: <http://www.bhgeraes.com.br/>. Acesso em fev de 2006.



Programação BH Geraes			
<b>Título</b>	<b>Descrição</b>	<b>Categoria</b>	<b>Veiculação</b>
Show Vip	Cobertura de eventos sociais	Informação	Semanal
Espaço Ideal	Reportagens sobre design de interiores	Informação	Semanal
MUSIC WAY	Concertos de bandas de música popular	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Backstage	Programa mostra making ofs de produções cinematográficas	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Way Cultura	Exibição de curtas-metragens e vídeos	Informação	Semanal
On Line	Informações sobre Internet e novidades tecnológicas	Informação	Semanal
Clips	Programa de videoclipes variados	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Medicinas Milenares	Programas sobre terapias alternativas	Informação	Semanal
Sala de espera	Entrevistas com profissionais de saúde e estética	Informação	Semanal
Liquidificador	Programa musical, com apresentação de bandas	<b>Entretenimento</b>	Semanal
Programa Rainbow	Programa com reportagens sobre o universo das minorias sexuais	Informação	Semanal
Cinemídia	Programa sobre cinema e crítica cinematográfica	<b>Entretenimento</b>	Semanal

Quadro 76

## Produção Cinematográfica

Estado: Minas Gerais

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	Batismo de Sangue (Helvécio Ratton)	X			X	X			X			
Vinho de Rosas (Elsa Cataldo)		X			X	X			X			
Acredite, um espírito baixou em mim (Jorge Moreno)		X			X	X			X			
	O General (Fábio Carvalho)	X			X	X			X			
Amor perfeito (Geraldo Magalhães)		X			X	X			X			
O Quadrado de Joana (Tiago Mata Machado)		X			X	X			X			
Acidente (Cao Guimarães e Pablo Lobato)			X		X	X			X			
Aboio (Marília Rocha)			X		X	X			X			
	Cemitério do Peixe (José Inacio Garcia)		X		X	X				X		
Reis Negros (Rodrigo Campos)			X		X	X			X			
Nascente (Helvécio Marins Jr.)		X		X		X			X			
	Silêncio (Sérgio Borges)	X		X		X			X			
	Mais um dia (José Inacio Garcia)	X		X		X				X		

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	Dois Lados (Carlos Canela)	X		X		X			X			
	O Homem da Cabeça de Papelão (Carlos Canela)	X		X		X			X			
	Sumidouro (Cristina Azzi)		X	X		X			X			
O pórtico da morte (Alex Queiroz)		X		X		X			X			
Uma solitária voz (Eduardo Santos)		X		X		X			X			
Prece de Encomenda (Eduardo Santos)		X		X		X			X			
Precário Paraíso (Luciana Fagundes)		X		X		X			X			
Teaser (Cláudia Jussan)		X		X		X			X			
Enroscada (Vanessa Strelec)		X		X		X			X			
Partida (Luis Sartori)		X		X		X			X			
Sinfonia (Simon Brethé)		X		X		X			X			
Revoar (Flavio Azevedo)		X		X		X			X			
Clima de suspense em Ubaporanga (Eduardo Silva dos Reis)		X		X		X			X			
Daqui nós não arreda pé (Jairo Teixeira dos Santos)			X	X		X			X			
A história de Delinho (Flávio Antônio Chiarini Pereira)			X	X		X			X			

Quadro 77

Na área de produção audiovisual cinematográfica, 2005 foi um ano onde o segmento demonstrou vitalidade. Dentre os longas-metragens foram finalizadas quatro obras de ficção e um documentário e terminadas obras cinematográficas que se encontravam em processo de produção e pós-produção há alguns anos, como *Vinho de Rosas*, de Elsa Cataldo e *O Quadrado de Joana*, de Tiago Mata Machado. Três documentários de média-metragem também foram finalizados. Além disso, foram iniciadas em 2005, para conclusão em 2006, filmes importantes como *Batismo de Sangue*, de Helvécio Ratton, que conta um pouco da história de Frei Betto. A produção de curtas-metragens também foi prolífica e foram finalizadas 20 obras (15 de ficção, entre elas oito de animação) e cinco documentários.

O ano também foi memorável em termos de reconhecimento fora dos limites do estado, com *Aboio*, de Marília Rocha, sagrando-se vencedor do maior festival de documentários da América Latina, *É Tudo Verdade* (pela segunda vez consecutiva vencido por um cineasta mineiro, pois em 2004 foi a vez de *A Alma do Osso*, de Cao Guimarães, levar o prêmio). Outro filme que tem feito boa carreira nos festivais é o curta-metragem *Nascente*, de Helvécio Marins, que entre outros prêmios, ganhou o Melhor Filme pelo Júri Popular do 9º Festival Luso-Brasileiro de Santa Maria da Feira, em Portugal e foi selecionado para o Festival de Roterdam deste ano. Por último, não se pode deixar de citar o projeto Revelando os Brasis, do Ministério da Cultura, que selecionou três projetos mineiros de realizadores residentes em cidades com menos de vinte mil habitantes. O resultado foi um curta de suspense e dois documentários que trazem um olhar pouco usual e acrescentam mais núcleos de produção em Minas Gerais.

### 5.2.3 Considerações Finais

O exemplo da TV Alterosa, no sentido de potencial para ampliação da produção local, pode ser estendido para a maioria das emissoras mineiras. É certo que, com a estrutura proporcionada pela produtora Alterosa Cinevídeo - uma das maiores de Minas Gerais no ramo de vídeos institucionais e de propaganda - e o espaço do Teatro Alterosa (hoje usado para temporadas de teatro, shows e para o programa de auditório *Graffiti*), ela poderia estar realizando muito mais. Essa impressão é ainda mais forte se for realizada uma comparação com a época em que a TV Itacolomi era líder de audiência, sendo até hoje lembrada por boa parte dos mineiros, mesmo pelos que não a assistiram. Como a TV Alterosa ficou indelevelmente associada a ela, acaba acontecendo uma comparação que talvez seja injusta, mas que é inevitável, por isso é necessário se compreender melhor o caso da Itacolomi<sup>194</sup>. A impressão de sub-aproveitamento do potencial produtivo da TV Alterosa é reforçado ainda mais quando contrastada com o percentual de programação estrangeira na grade do SBT, que atinge a marca de 35%, no total, deixando claro que existe espaço para a entrada de novos programas locais.

Talvez o incremento da produção regional seja a saída para a perda da audiência regional para a TV Record, como foi no passado. Um caso recente bastante revelador de uma artista regional que conseguiu se projetar nacionalmente foi o de Gorete Milagres, atriz criadora da personagem Filomena, marcada pelo bordão *Ô, coitado...*. Ela começou como um quadro de uma produção teatral de Belo Horizonte, fez alguns esquetes na TV Alterosa que a levaram a participar, com grande sucesso, do programa humorístico *Praça da Alegria*, do SBT. Conseguiu em 1999 negociar na mesma rede um programa próprio, gravado em São

---

<sup>194</sup> Este caso será analisado em documento anexo.

Paulo. A novidade é que ela impôs como condição para a assinatura do contrato que parte da equipe técnica e alguns dos atores e redatores fossem profissionais de Minas Gerais. Mas a atração durou pouco mais de um ano<sup>195</sup> abreviando uma experiência que poderia ter sido interessante para repensar o tipo de produção verticalizada adotado atualmente pelas emissoras abertas.

A TV Globo Minas parece ser outro caso de estrutura sub-proveitada, pois de acordo com as informações prestadas pela emissora sobre o número de funcionários, entre outras, pode-se deduzir que ela poderia facilmente alcançar os números exigidos no projeto de regionalização em tramitação no Congresso. Infelizmente não constam no levantamento da revista *Meio & Mensagem* de 1999 os programas exibidos na emissora mineira, mas a oferta de programas locais tem sido regular nos últimos anos, concentrando-se quase inteiramente no jornalismo de âmbito geral e nos programas esportivos. O expressivo número de atores mineiros trabalhando em produções da Globo atualmente, como Débora Falabella, Daniel Oliveira, diversos coadjuvantes da minissérie *JK* e os integrantes do Grupo Galpão, que tiveram uma marcante atuação na minissérie *Hoje é dia de Maria*, poderia indicar que a emissora teria condições de realizar com seus contratados locais uma significativa produção de dramaturgia televisiva regional. Além disso, o envolvimento da emissora com a comunidade tem mantido a emissora com uma boa imagem no estado.

A TV Band Minas também poderia abrir espaço em sua grade para a produção local. O grande número de programas religiosos independentes na programação fez com que ela deixasse de apresentar uma identidade nítida para o público mineiro, que até o final da década

---

<sup>195</sup> Hoje Milagres trabalha com o humorista Tom Cavalcante na Rede Record.

passada a associava com o jornalismo esportivo. Além disso, a falta de investimento da matriz e de envolvimento com a comunidade local fez com que a emissora se acomodasse, perdendo a posição de terceiro lugar na audiência, que chegou a ocupar nos anos 1980 (quando a cabeça-de-rede também investia em teledramaturgia, com novelas como *Os Imigrantes*, de Benedito Ruy Barbosa) e 1990, para a Rede Record e para o SBT.

Uma estratégia intermediária é o que vem adotando a Rede Record, que tem procurado nos últimos tempos se aproximar da comunidade em Minas Gerais, dando ênfase ao noticiário do interior, principalmente no programa *Balanço Geral*, que já foi gravado em externas no ano passado durante um evento de ação social promovido pela Record e o governo do estado.

Sobre as TVs por assinatura, o quadro é diferente, com as produções locais predominando sobre o material comprado de outros centros. Alguns canais se destacam nesse particular, como o canal universitário. Este foi certamente uma conquista, tanto pelo lado das instituições de ensino, quanto pelos alunos e, principalmente, para os espectadores que podem ter a oportunidade de compreender mais claramente o que se faz em uma universidade e sua inserção na sociedade que a sustenta (e que dela se alimenta). A TV UFMG, que foi a última das TVs universitárias a colocar programas no ar no canal específico de Belo Horizonte, poderia ter sua função divulgadora ampliada, tendo em vista ser a UFMG uma das maiores e mais completas universidades brasileiras. Os profissionais envolvidos na coordenação e produção da TV UFMG admitem que ela ainda é tímida no aspecto formal, mas que vem sendo capaz de apresentar alternativas de conteúdo, às vezes pautando<sup>196</sup> outros órgãos de imprensa, que aproveitam os assuntos levantados no canal para fazer suas reportagens. A TV

---

<sup>196</sup> Jargão jornalístico. Pautar significa oferecer dados e/ou sugerir possíveis notícias para os meios de comunicação.

UFMG é enxergada pela universidade como parte de uma estratégia maior que visa promover a visibilidade da instituição.

O canal comunitário TVC, ocupado por produções oriundas de uma grande variedade de fontes, sem um padrão visual definido nem um direcionamento prévio de conteúdo, apresenta visível irregularidade, principalmente em termos de qualidade técnica. Tal diversidade, no entanto, cumpre a importante função de dar voz a diferentes grupos que não costumam ser ouvidos pela mídia tradicional. Além disso apresenta, além dos programas de entretenimento, são exibidas produções como o *Mídia em Pauta* (hoje também exibido na TV UFMG, mas que teve o seu primeiro abrigo no TVC), onde é realizada uma análise dos meios de comunicação em seu conjunto, atividade que a grande imprensa notoriamente negligencia.

No canal BH Geraes, o fato da grade matutina ser ocupada por programas de televidas reflete uma tendência que vem se impondo em Belo Horizonte, que possui, além deste, mais três canais do gênero, mas que são inteiramente dedicados ao comércio televisivo, com espaços alugados para diversas produtoras, quase toda de fora. A Net, operadora que abriga os três canais referidos, apresenta ainda mais dois canais eventuais, que são alugados intermitentemente para exibição de programas de televidas.

Comparando-se o potencial de exibição das emissoras com a produção audiovisual local, é possível dizer que existe um espaço de ampliação da mesma nos canais mineiros. A história da relação dos meios de comunicação com os produtores em Minas Gerais mostra que parcerias bem-sucedidas foram conseguidas, proporcionando boa audiência para o canal e



uma divulgação privilegiada do trabalho artístico<sup>197</sup>. Atualmente estão estabelecidas as condições para que, uma vez ampliada, tal oportunidade de exposição possa estimular os produtores a realizar mais obras, podendo estabelecer assim um mercado que possa se auto-sustentar, assim como estimular formação de novos realizadores audiovisuais para TV e para o cinema. A contribuição dos canais televisivos no caso mineiro é certamente fundamental para que isso aconteça, com benefícios para todas as partes envolvidas.

---

<sup>197</sup> Ver anexo sobre a TV Itacolomi.

## ANEXO

### TV Itacolomi e TV Alterosa

A história das duas estações de televisão que marcaram a história do meio em Minas Gerais merece ser contada para que a atual situação das emissoras abertas e sua relação com a produção local seja melhor compreendida. A concessão para o funcionamento da TV Alterosa foi obtida em 1962 por dois jornalistas mineiros. Entretanto, a falta de recursos para implantá-la fez com que ela fosse arrendada e posteriormente vendida para o grupo Diários Associados, fundado e então presidido por Assis Chateaubriand. Este resolveu instalar a emissora em 1965, que foi a segunda a entrar em operação em Minas Gerais. Chateaubriand ficou então com a posse de dois canais de televisão na região, a Alterosa e a TV Itacolomi, que estava no ar desde 1955. Os dois canais conviveram até o colapso da rede associada, em 1980, quando a concessão da TV Itacolomi foi cassada pelo regime militar, juntamente com as TVs Tupi do Rio de Janeiro, de São Paulo e outras emissoras regionais. Na época a Itacolomi perdia a liderança de audiência para a Globo apenas no horário nobre e tinha uma programação regional de peso. A TV Alterosa, que produzia em escala bem mais modesta e acusava índices de audiência muito pequenos, foi poupada, herdando assim as instalações, equipamentos e os funcionários que restaram da emissora cassada<sup>198</sup>.

---

<sup>198</sup> Estas e outras informações sobre a Alterosa, a Itacolomi e os Diários Associados foram pesquisadas em **Vaz, José de Oliveira. *Tv Itacolomi, sempre na liderança*. Belo Horizonte: Estado de Minas, 1995**, o único livro publicado até o momento sobre a história do canal, cuja fase final ainda precisa ser esclarecida. O autor, falecido em 1992, era um antigo funcionário da Itacolomi que se tornou superintendente da mesma entre 1965 e 1980, o que dá um certo viés afetivo e oficial para o trabalho. No entanto, a posição privilegiada de Vaz permitiu a revelação de vários dados inéditos, cuja veracidade ainda não foi contestada publicamente, transcorridos mais de dez anos da 1ª edição do seu livro.

Logo depois, em 1981, o Condomínio Acionário dos Diários Associados (colegiado formado por Assis Chateaubriand antes de seu falecimento, composto por alguns dos diretores de emissoras, rádios e jornais integrantes da *holding* e outros funcionários, eleitos em votação do Condomínio, além do herdeiro Gilberto Chateaubriand) resolveu aceitar a oferta de afiliação do recém-criado Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), de propriedade da família Abravanel (Sílvio Santos).

Diversas razões podem ser evocadas para explicar a permanência da Itacolomi na memória afetiva da população mineira. A começar pela escolha do nome da emissora, que, segundo a literatura existente, foi concebido por Chateaubriand para homenagear o pico do mesmo nome, o mais alto no horizonte das cidades históricas de Ouro Preto e Mariana e bastante conhecido em Minas Gerais por sua forma característica. Outro razão importante se relaciona com os primórdios da história da Itacolomi, por ter sido esta a primeira estação de TV brasileira instalada unicamente por técnicos locais. Chateaubriand contratara profissionais americanos para implantar as estações da TV Tupi do Rio de Janeiro e de São Paulo. Entretanto, a mão-de-obra estrangeira tinha um custo muito alto, o que o levou a traçar uma estratégia: fazer da Itacolomi um laboratório para futuras incursões regionais. Chefiada por um engenheiro recém-formado, mas aficionado por eletrônica, a equipe técnica mineira se baseou nos manuais dos equipamentos e na pequena bibliografia então existente para colocar a TV no ar, impressionando os fornecedores da RCA.

A Itacolomi também foi pioneira no estado na formação de uma espécie de rede improvisada, conseguindo transmitir sua programação para o interior do estado de Minas Gerais. Ela foi sendo expandida gradualmente através de artifícios técnicos, como a instalação

de enormes telas de arame levadas no lombo de burros para o alto das montanhas, colocadas com o intuito de refletir o sinal da televisão para localidades situadas no fundo dos vales. Esse processo foi iniciado na primeira metade dos anos 1960, atingindo-se a cobertura de quase todo o estado no final da década. Tornou-se também a primeira da região a estabelecer vínculos mais estreitos com as comunidades, através de campanhas beneficentes como a *Jornada pelo Natal do menor* (campanha esta que continuou até os anos 1990, muito depois do fim da emissora tal como ela foi desenhada por Chateaubriand) e pelo acompanhamento sistemático de eventos acontecidos no interior e do campeonato regional de futebol.

Além disso, a Itacolomi foi responsável pela formação de toda uma geração de atores, impulsionados pelos programas de teleteatro que a emissora produziu nos anos 1950 e 1960, ainda que tenha desistido, talvez cedo demais, da produção de teledramaturgia com o advento do videotape e a emergência das telenovelas produzidas no Rio de Janeiro como um formato popular<sup>199</sup>. No entanto, conseguiu manter com programas locais como a *Universidade Popular da Manhã* (um dos primeiros de educação à distância na televisão brasileira), *Mineiros Frente a Frente*, entre outros, um bom nível de audiência mesmo após ter sido ultrapassada pela Globo no horário nobre, o que aconteceu primeiramente na capital e somente mais tarde no interior.

---

<sup>199</sup> A desativação do teleteatro da Itacolomi, que tinha um elenco fixo contratado e era mostrado ao vivo, demonstra que a mentalidade dos diretores de TVs regionais no tocante à produção independente tem raízes nesse período. Segundo conta Vaz, ele resolveu acabar com os programas e cancelar os contratos dos atores porque o telespectador estava mudando seus hábitos, estando muito mais interessado em novela do que em peças de teatro, mesmo admitindo que as peças televisadas ainda tivessem boa audiência. Ele mesmo conta que os artistas propuseram alugar um horário para continuar produzindo teledramaturgia regional e que ainda tinham garantido o mesmo patrocinador que sustentava os programas ao vivo. Vaz não concordou com essa possibilidade, alegando que os custos de manter um horário ocupado por uma produção independente seriam muito mais altos, já que ele não poderia ceder a infra-estrutura nem os técnicos da emissora gratuitamente. Assim estaria inviabilizada a produção de programas de maior qualidade, algo que o grupo associado como um todo não teria condições de assumir, segundo Vaz, porque já tinha dois centros de produção no Rio de Jan e São Paulo e seria oneroso construir outro (1995).

Dessa forma a Itacolomi firmou-se no imaginário mineiro como referência em estação regional. Por sua vez, a Alterosa vinha a reboque, às vezes retransmitindo os mesmos eventos, mas nunca alcançando igual nível de audiência. No entanto, os problemas políticos acompanharam a Itacolomi (e mais tarde, por extensão, a Alterosa) desde sua inauguração. Segundo Assis Chateaubriand, ela poderia ter sido aberta já em 1951, mas foi travada pelos trâmites burocráticos até 1954, após o suicídio de Getúlio Vargas. Na versão de Chateaubriand, isso teria acontecido pelo fato dos Diários Associados terem feito oposição ao ex-presidente. Atravessando de forma estável e relativamente discreta os momentos turbulentos vividos pela vida política brasileira daqueles anos, ela começou suas operações em 1955 e foi abruptamente fechada em 1980. Segundo o então superintendente da emissora José de Oliveira Vaz, o anúncio do fim do canal chegou através de um lacônico telex vindo de algum gabinete do governo do general João Figueiredo, comunicando estar a concessão da Itacolomi cassada *por perempta* e que sua diretoria tinha um dia para tirá-la do ar. Vaz não fornece maiores detalhes, apenas comentando que a Itacolomi foi apagada do dial televisivo por injunções políticas .

Seguindo a cautela do ex-superintendente, até hoje as pessoas envolvidas se recusam a falar no assunto. Além disso, a maior parte dos arquivos da emissora desapareceu sem deixar vestígios, uma perda irreparável para a memória da televisão no Brasil. Provavelmente os problemas enfrentados pela Itacolomi eram motivados por questões políticas, pessoais e comerciais talvez inconfessáveis e desproporcionais ao perigo que pudesse representar a atuação da emissora, pois ela na verdade nunca incomodou de forma contundente os governantes nacionais ou regionais<sup>200</sup>. Era um exemplo do que Vera França chamou de

---

<sup>200</sup> Com a notável exceção do governo Newton Cardoso (1987-1990), quando o jornal, Tv Alterosa e todo o Sistema Estaminas de Comunicação assumiram oposição explícita ao então governador de Minas Gerais.

jornalismo ameno , ao se referir ao jornal Estado de Minas (1998), que compartilhava boa parte de seu quadro de jornalistas com a Itacolomi e o faz ainda hoje com a TV Alterosa. De qualquer forma, essa história e a de muitas outras emissoras regionais que conseguiram emplacar programações locais com sucesso de público e qualidade artística mostra que a produção local, que foi a base sob a qual se desenvolveu a televisão brasileira, é economicamente viável e que o investimento na diversidade cultural pode ser positivo tanto para as emissoras como para os artistas e o público em geral.

### **Emissoras locais abertas**

#### TV Alterosa

A TV Alterosa é uma afiliada do SBT em Minas Gerais. O controle acionário da emissora está sob a guarda do grupo Diários Associados (a empresa está registrada sob o nome de Sociedade Rádio e Televisão Alterosa Ltda.). A emissora faz parte do chamado Sistema Estaminas de Comunicação, grupo que inclui, além da TV Alterosa, os jornais Estado de Minas (periódico de maior circulação no estado) e Diário da Tarde (segunda maior circulação), a rádio Guarani FM, o Teatro Alterosa e a produtora de comerciais Alterosa Cinevídeo, sendo gerida diretamente pela diretoria desse grupo. Hoje ela atinge a todo território mineiro, mantendo com a TV Record uma disputa pelo segundo lugar de audiência

#### TV Globo Minas

A Globo Minas, sediada em Belo Horizonte, é uma das 20 emissoras da Rede Globo que pertencem à família Marinho (e uma das cinco registradas sob a razão social TV Globo

Ltda)<sup>201</sup>, dentre as 118 de toda a rede<sup>202</sup>. Iniciou suas operações em 1969, quando a TV Belo Horizonte que veiculava programas da extinta TV Rio - foi comprada por Roberto Marinho. Começou a ocupar o primeiro lugar de audiência no horário nobre em Minas Gerais a partir dos anos 1970, primeiramente na capital, depois conquistou a liderança na media dos horários, em torno de 50%, que vem mantendo até hoje.

### Rede Minas

A antiga TV Minas, atual Rede Minas, foi criada em 1984 pelo decreto estadual 23.807. É gerida pela Fundação TV Minas Cultural e Educativa, de direito público, sem fins lucrativos<sup>203</sup>. Tem por lei autonomia administrativa e financeira, mas seus recursos vêm todos do governo do estado, que também escolhe a sua diretoria. Atinge todo o estado de Minas Gerais e tem integrantes da grade de programação retransmitidos nacionalmente pela Rede Brasil, como o programa musical *Alto Falante*. Outros programas são captados da TV Cultura de São Paulo e TVE do Rio de Janeiro e retransmitidos por 66 emissoras coligadas no interior do estado, que enviam matérias para integrar os telejornais locais produzidos em Belo Horizonte.

### TV Band Minas

A TV Bandeirantes pertence à família Saad e tem sede em São Paulo. Nos anos 1970, a família montou a atual Rede Bandeirantes, que chegou no estado de Minas Gerais em 1976.

---

<sup>201</sup> Site do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC) - <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em 08/02/2006. O FNDC identifica ainda a Tv Sul de Minas, de Varginha e a Tv Panorama, de Juiz de Fora, como pertencentes à Globo (e não afiliadas) em Minas Gerais.

<sup>202</sup> SANTOMAURO, Antonio Carlos. De olho na riqueza regional. **Meio & Mensagem especial**. 4 de abril de 2005

<sup>203</sup> Site da Tv Minas - <http://www.redeminas.com.br/>. Acesso em fev 2006.

Nesse ano João Jorge Saad comprou a antiga TV Vila Rica, de Belo Horizonte, emissora que já havia exibido anteriormente a programação da extinta TV Excelsior e também da TV Record, além de programas locais<sup>204</sup>. Na ocasião seu nome foi mudado para TV Bandeirantes Minas, hoje TV Band Minas (razão social: Radio e Televisão Bandeirante de Minas Gerais Ltda.).

### Rede Record

A Rede Record é uma das emissoras mais tradicionais da história da TV brasileira e a mais antiga em atividade. Foi comprada em 1989 pelo grupo religioso Igreja Universal do Reino de Deus, de Edir Macedo. O canal foi parcialmente exibido em Belo Horizonte entre 1966 e 1976 pela antiga TV Vila Rica, até esta ser comprada pela Rede Bandeirantes. A Record somente voltaria a ser assistida na capital mineira em 1991, quando a rede adquiriu o direito de usar uma concessão em Minas (com a razão social de Televisão Sociedade Ltda).

### Rede TV!

A Rede TV é herdeira da extinta TV Manchete, que foi comprada em 1999 pelo grupo que tem como razão social o nome TV Omega Ltda (pertencente aos sócios Amilcare Dallevo e Marcelo Carvalho) e pelo Banco Rural<sup>205</sup>. Em Belo Horizonte a rede possui uma emissora própria .

---

<sup>204</sup> Site da Associação Mineira de Rádio e Televisão <http://www.amirt.com.br/>. Acesso em fev 2006.

<sup>205</sup> Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação <http://www.fndc.org.br/>. Acesso em fev 2006



### TV Assembléia

A TV Assembléia de Minas Gerais foi a primeira emissora legislativa criada após a publicação da Lei 8.977/95, que regulamenta o serviço de TV a cabo no Brasil e que determina, no seu artigo 23, a reserva de um canal de utilização gratuita para o poder legislativo municipal e estadual. A Assembléia Legislativa ocupou inicialmente a totalidade desse espaço, tendo entrado em operação no dia 30 de novembro de 1995, no canal 40 da NET, em Belo Horizonte, hoje canal 11 (NET).

### TV Universitária

Composto pela TV UFMG, PUC TV, TV Uni-BH e TV UEMG (temporariamente fora do ar), tem sua programação exibida através do canal a cabo 14 (Way TV) e canal 12 (NET). Os núcleos de produção das universidades realizam 100% do que é exibido no canal, embora haja uma taxa alta de horários alternativos, de 80%.

### Rede Super

A Rede Super pertence à Igreja Batista da Lagoinha (Lagoinha é um bairro em Belo Horizonte onde se localiza o templo da IBL), agremiação religiosa presidida pelo pastor Marcos Valadão que segue a linha pentecostal voltada para o público jovem. Utiliza as instalações do antigo Canal 23, um canal pioneiro na transmissão de conteúdo local, montado pelo ex-editor-chefe do Jornal Nacional Alberico Souza Cruz em 1997. O canal 23 foi comprado pela Igreja Batista da Lagoinha em 2002, quando sua programação foi imediatamente reformulada para privilegiar o enfoque religioso.

### Canal Comunitário

O Canal Comunitário de Belo Horizonte, chamado de TVC, foi um dos primeiros com essas características a funcionar no território brasileiro, tendo iniciado suas operações em 12 de dezembro de 1995, ainda em caráter experimental, pouco tempo após a sanção da Lei do Cabo. É administrado por associações de usuários formalmente constituídas e regidas por estatuto e regimento próprios. O canal não cobra pelo acesso, exibindo programas produzidos por organizações não-governamentais sem fins lucrativos, associações de classe, entre outras entidades da sociedade civil. Não tem ligação com qualquer órgão estatal nem com mídia comercial.

### BH Geraes

O Canal BH Geraes é o único canal local produzido pela operadora Way TV, no ar desde setembro de 2004, que pertence ao grupo Way Brasil. Segundo a operadora, a Way Brasil, uma empresa mineira de comunicações, tem a autorização da ANATEL para comercialização de serviços como TV a cabo e Internet banda larga nos municípios de Belo Horizonte, Poços de Caldas, Uberlândia e Barbacena. Ainda de acordo com a Way Brasil, a composição acionária da empresa é formada por: Empresa de Infovias S/A - 49,90%<sup>206</sup>; Brasil Telecomunicações S/A - 29,89%; Diários Associados Ltda - 19,11%; CLIC - Clube de Investimentos dos empregados da CEMIG - 1,10%<sup>207</sup>.

---

<sup>206</sup> Empresa ligada à CEMIG - Centrais Elétricas de Minas Gerais, estatal de energia. Fonte: Gontijo, Juliana. Tv por assinatura expande em BH. *Diário do Comércio*. Belo Horizonte, 04 de maio, 2005

<sup>207</sup> Site da Way Tv: <http://www.bhgeraes.com.br/>. Acesso em fev 2006.

### 5.3 ESPÍRITO SANTO

O Estado tem uma população estimada em 3.352.024 habitantes, 309.507 mil vivem na capital (Dados de 2004)<sup>208</sup>. A Região Metropolitana da Grande Vitória (RMGV) é formada por sete municípios: Vitória (a capital do Estado), Vila Velha (por onde se iniciou a colonização portuguesa), Cariacica, Serra, Viana, Guarapari (incorporado à RMGV em 1999, e o maior em extensão territorial) e Fundão (o mais recente, incorporado em junho de 2001). Estes sete municípios abrigam quase metade da população total do Espírito Santo (46%) e 57% da população urbana do Estado. Eles produzem 58% da riqueza e consomem 55% da energia elétrica produzida no Espírito Santo.

Com indicadores de Desenvolvimento Humano positivos<sup>209</sup> e que se destacam em relação às demais capitais, Vitória e várias outras cidades do Estado vivem nos últimos anos um surto de crescimento econômico por causa da descoberta de petróleo em seu litoral. Contudo, problemas sociais resultantes da rápida expansão da região metropolitana a partir da década de 70, ainda estão por serem resolvidos.

Este estudo abrangeu as emissoras de TV aberta e por assinatura da capital. Entre as TVs abertas estão a TV Tribuna, afiliada ao SBT, a TV Gazeta, afiliada da Rede Globo, a TV Capixaba, afiliada à Bandeirantes, a TV Vitória, afiliada da Record e a TVE/RPTV<sup>210</sup> que recebe programação da TVE do Rio e TV Cultura de São Paulo.

---

<sup>208</sup> <http://www.ipes.es.gov.br/> - Acesso em febv 2006.

<sup>209</sup> O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) de Vitória 0,856 Colocação no *ranking* nacional: 16º (em 5.507 municípios). O IDH do Espírito Santo 0,766. (Dados relativos a 2000)

<sup>210</sup> Rede Pública de Rádio e TV

As quatro emissoras locais que operam pelo sistema a cabo também foram alvo de análise. São elas a TV Ambiental, a GTV (propriedade do mesmo grupo da TV Gazeta), a TV Assembléia e a TV Universitária. Se nas emissoras de sinal aberto os programas de entretenimento geralmente são do gênero Variedades, nos canais a cabo há programas mais especializados, geralmente dedicados ao cinema. Comparativamente, as emissoras a cabo produziram mais programas de entretenimento que as de sinal aberto no ano de 2005, como veremos no decorrer deste relatório. Os sinais das emissoras abertas pesquisadas alcançam toda a região metropolitana e as de cabo apenas parte desses municípios.

Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Futura em 2002<sup>211</sup>, a televisão é o meio de comunicação ao qual a população da Grande Vitória tem mais acesso (72,2%). Além disso, 62,2% dos entrevistados disseram prestar mais atenção na propaganda veiculada nessa mídia e 80,7% da população informou que assiste televisão diariamente.

### **5.3.1 Panorama**

#### 1.TV Tribuna

A TV Tribuna, afiliada ao SBT, exibiu 25 programas locais na semana em estudo, o que correspondeu a 13% de sua programação total . Na relação entre programas locais e locais de entretenimento, os últimos representam apenas 7%. A maioria dos produtos audiovisuais locais são do gênero jornalístico. Os programas de entretenimento são: *Tribuna na Estrada*, cuja proposta é desvendar as riquezas naturais e culturais do Estado e de

---

<sup>211</sup> <http://gazetaonline.globo.com/futuranet/> - Acesso em fev 2006.

outras terras e cobrir festas populares, campeonatos automotivos, entre outros temas e *Circulando* privilegia a cobertura de eventos sociais e artísticos. Ambos são exibidos no sábado. A taxa de repetição dos programas locais foi de 19,4% especialmente por causa do programa diário *9 minutos*, rerepresentado também diariamente. Trata-se de um programa de entrevistas com artistas, políticos, médicos, economistas, escritores, empresários. Dos 11 títulos identificados, quatro são de programas religiosos, ou seja representam 40% da programação.

Se observado com relação ao levantamento da revista *Meio & Mensagem* realizado de 1999, o número de programas produzidos localmente na TV Tribuna em 2005 apresentam resultados positivos. Em 1999, foram registrados apenas três programas locais, todos da categoria jornalismo e, passados seis anos, são levados ao ar 25 programas locais. Vale ressaltar que, embora naquele levantamento, o formato *9 Minutos* aparecesse como entretenimento, neste estudo ele foi inserido na categoria jornalismo, já que possui características do jornalismo de opinião. A Tabela 2 apresenta a relação completa dos programas locais da TV Tribuna/SBT.

Programação local da TV Tribuna/SBT			
Nome	Descrição	Categoria	Veiculação
Tribuna Notícias	Jornalismo	Informação	Seg/segunda
Tribuna Notícias 2 edição	Jornalismo	Informação	Seg/sábado
Tribuna na Estrada	Turismo e cultura	<b>Entretenimento</b>	sábado
Circulando	Entrevistas e cultura	<b>Entretenimento.</b>	Sábado
Desafios	Jornalismo	Informação	Sábado
9 Minutos	Entrevistas	Informação	Seg/segunda
Cristo Verdade que liberta	Religioso	Religioso	Terça, quarta, quinta, sexta.
Cara a cara com a verdade	Religioso	Religioso	Domingo
Povo de Deus em foco	Religioso	Religioso	Sábado
Mensagens de fim de noite	Religioso	Religioso	Segunda. E quarta
Vitória em Cristo	Religioso	Religioso	Sábado

Quadro 78

Gráfico 1

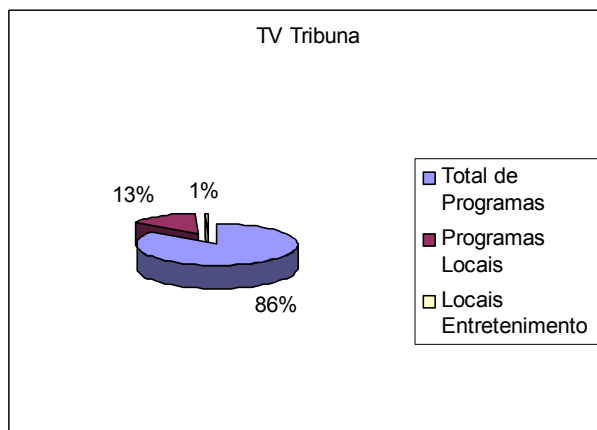


Gráfico 2

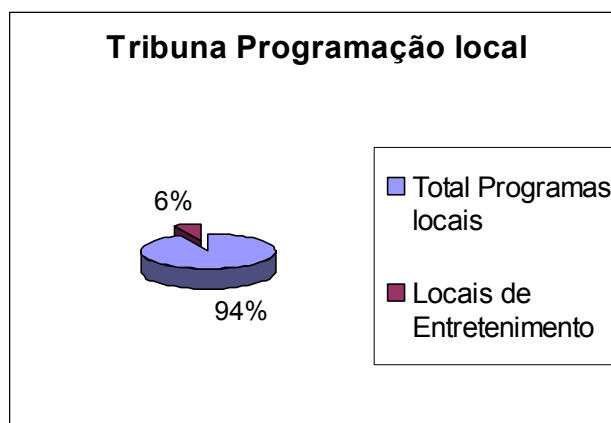


Gráfico 77

## 2. TV Capixaba

A TV Capixaba, afiliada da Rede Bandeirantes, investe e dá amplo destaque à sua programação local. A emissora exibe semanalmente 33 programas locais: 12 deles dedicados ao jornalismo geral e especializado (Tabela 4). Foi o maior índice de programação local encontrado entre as emissoras de sinal aberto no Espírito Santo, 22% e o segundo

maior de entretenimento na programação local, 18%, logo atrás da TV Vitória, afiliada da Record, que alcançou 19% .

Encontramos nesta emissora sete formatos de entretenimento, o indicador mais expressivo identificado. O programa *Café com Leite* é de variedades, com entrevistas, cultura e lazer. Com formato revista, *Acontece Aqui* mostra situações relacionadas ao modo de vida capixaba; já o programa *Country e Cia* tem por objetivo central ser uma vitrine do movimento country e rural no Espírito Santo, atuando como representante da cultura e dos costumes do interior, agronegócios, etc .<sup>212</sup>

É preciso observar, porém, que os religiosos *Ponto de Luz* e *Nosso Tempo*, apesar de locais são programas independentes e comprados pelas igrejas responsáveis. Como eles são veiculados ao longo de toda a semana inclusive com reprises, contribuem para o aumento do índice de produção local. Assim, apresentamos um outro cálculo, sem esses programas, para identificar a produção local e o comparativo com o entretenimento (Gráficos 5 e 6). Nesse caso, a alteração mais significativa em relação ao cálculo anterior é da relação de total local/local de entretenimento que vai para 21% - o que seria, entre todas as emissoras pesquisadas, o maior índice encontrado do gênero entretenimento dentro da produção local. A alta taxa de repetição entre os locais, 25%, deve-se aos programas religiosos e de vendas.

Outro dado que chama a atenção foi o crescimento na produção local na TV Capixaba em comparação ao levantamento da revista Meio & Mensagem realizado em 1999 quando foram registrados apenas cinco programas locais - nenhum deles de entretenimento.

---

<sup>212</sup> <http://www.tvcapixaba.com.br/> acesso em fev/2006.

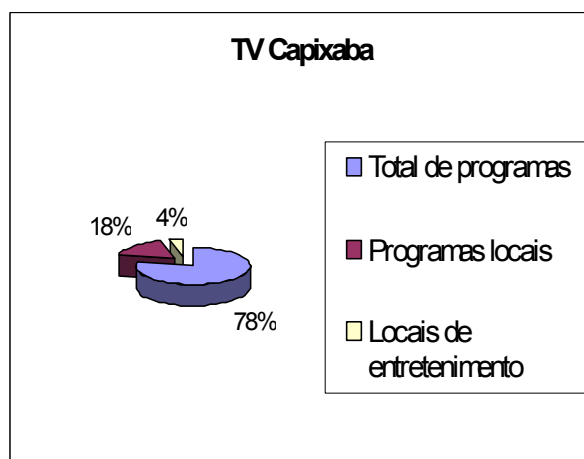


Gráfico 4

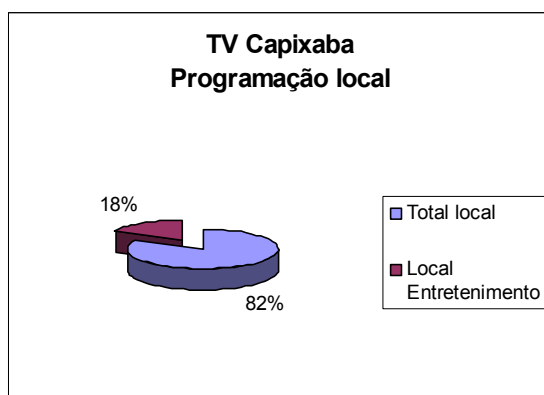


Gráfico 78



Gráfico 5

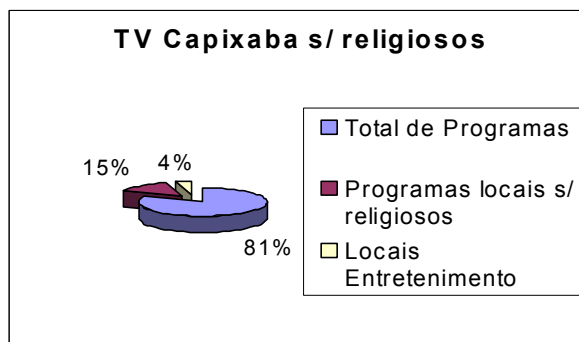


Gráfico 6

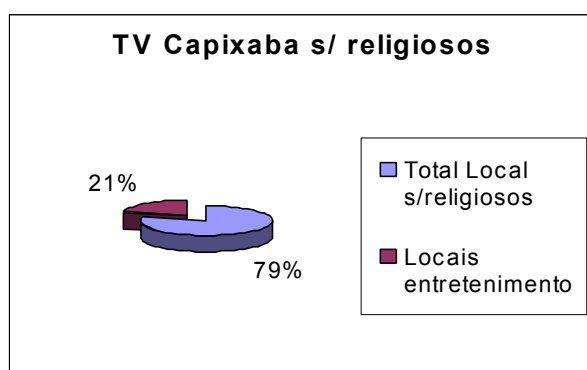


Gráfico 79

Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Esporte Capixaba	Debates, entrevistas Esporte	Informação	Seg/sexta
Espaço Capixaba	Jornalismo	Informação	Seg/sexta
Shop Mix	Vendas	Tele vendas	Dom., sab.
Jornal Capixaba	Jornalismo - Principais fatos da Grande Vitória e interior do Estado	Informação	Seg/sexta
Acontece aqui	Revista com temas ligados ao modo de vida capixaba.	<b>Entretenimento</b>	Domingo
Stop Car	Vendas para os segmentos de carros, motos e caminhões	Vendas	Sábado
Café com leite	Entrevistas, assuntos do dia-a-dia dos capixabas. Política, economia, cultura e lazer	<b>Entretenimento</b>	Seg/sexta
Saúde Mulher	Jornalismo e Entrevistas temas feminino	Jornalismo	Terça
Country e Cia	Movimento country e rural . Cultura/ costumes do interior, agronegócios, etc.	<b>Entretenimento</b>	Domingo
Ponto de Luz	Religioso	Religioso	Seg., ter., quar.,sab,.
Missa	Religioso	Religioso	Domingo
Nosso Tempo	Religioso	Religioso	Quin.,sex.

Quadro 79

### 3. TV Vitória

A TV Vitória, afiliada da Record, produz 13 títulos que são exibidos 26 vezes durante a semana (Tabela 6). Contudo, houve um retrocesso quanto a produção de produtos audiovisuais locais em relação ao levantamento anterior feito pela revista Meio & Mensagem de 1999, que registrou, naquela época, 18 programas locais diferentes, quatro deles diários. Apesar da variedade de formatos, no cômputo geral entre as emissoras da capital, TV Vitória responde pelo segundo maior espaço para programação local em relação à da rede, 16%, menor apenas do que a levada ao ar na TV Capixaba/Bandeirantes.

Em 2005 encontramos na TV Vitória nove programas locais de entretenimento. Todas as outras produções são de jornalismo, informativo ou especializado. Não há nenhum programa voltado para esportes convencionais

Na grade há três programas locais diários, entre eles o *Fala ES*, de entretenimento. Trata-se de uma revista eletrônica diária, com entrevistas ao vivo e tudo para quem quer estar bem informado quando o assunto é cultura, entretenimento, saúde e comportamento. E ainda, dicas de decoração, culinária, beleza, moda, esporte e turismo <sup>213</sup>. Entre as emissoras pesquisadas, esse programa foi um dos poucos encontrados que possibilitava a participação do telespectador. Transmitido ao vivo, prevê sorteios, concursos e merchandising,

O outro programa de entretenimento, *BlackTie*, aproxima-se a uma coluna social televisiva com espaço para manifestações artísticas. Segundo os produtores, o objetivo é

---

<sup>213</sup> <http://www.tvvitoria.com.br/> Acesso em fev/2006.

registrar todo o glamour dos mais badalados eventos sociais e destacar as notícias que circulam na sociedade do Espírito Santo , além de tratar de temas culturais.<sup>214</sup> Os outros programas de entretenimento são *Vitória Fashion*, *Art Décor* e *Gourmet Vip* respectivamente dedicados à moda, decoração e gastronomia, apresenta os talentos capixabas e suas produções.

Os demais programas são apresentados ao longo da semana, com os horários alternativos concentrando-se no sábado, quando a taxa de reprises dos locais alcançou 25%.

O site da emissora também dá grande destaque à produção local e anuncia que a TV Vitória tem a cara da gente , com seus programas cada um com sua identidade própria e inúmeras possibilidades de envolvimento do cliente (...) Informação e entretenimento para todos os gostos e idades. (...) Formatos comerciais para todas as necessidades... , na tentativa de se identificar e criar vínculos com a comunidade capixaba.

Os gráficos 7 e 8 mostram os percentuais da produção local em relação à programação total e da produção de entretenimento local comparativamente à produção local total.

---

<sup>214</sup> <http://www.tvvitoria.com.br/> acesso em fev 2006

Gráfico 7

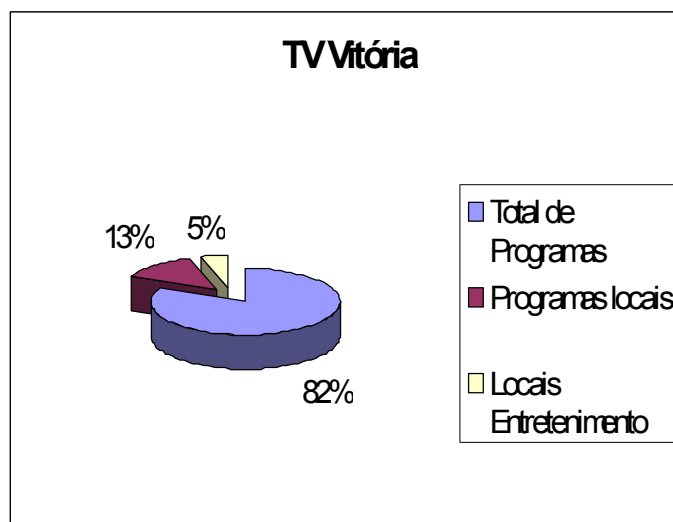
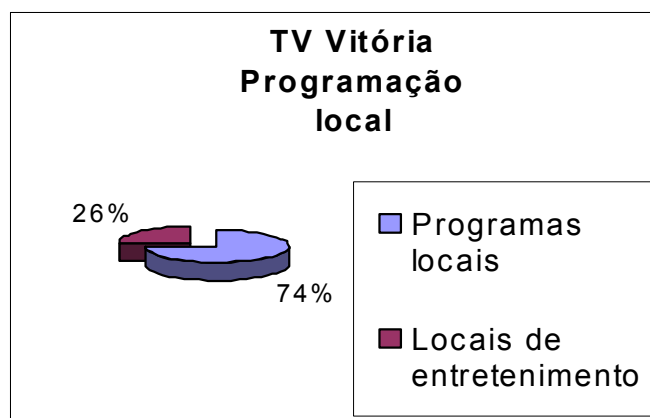


Gráfico 8



Programação local da TV Vitória/Bandeirantes			
Título	Temas	Categoria	Descrição
Jornal Local	Cobertura jornalística dos principais fatos diários	Informação	Seg/sábado
Art et Décor	Orientações sobre decoração e criatividade no ES	<b>Entretenimento</b>	Segunda
Fala ES	Revista eletrônica, entrevistas ao vivo sobre cultura, entretenimento, saúde e comportamento.	<b>Entretenimento</b>	Seg./sexta
Vitória Fashion	Revista eletrônica, Moda e beleza.	<b>Entretenimento</b>	Domingos
Vivendo e aprendendo	Jornalismo sobre saúde, ecologia, educação e turismo	Informação	Quarta
TV Motor Show	Informações sobre o setor automobilístico.	Informação	Sábado
Jornal da TV Vitória	Jornalismo	Informação	Seg./sexta
Repórter Estado	Jornalismo	Informação	Sábado
Goumert vip	Gastronomia, novidades para os amantes da arte de cozinhar e degustar	<b>Entretenimento</b>	Quinta
Negócios de Sucesso	Debates e reportagens sobre temas empresariais e econômicos	Informação	Sábado
Sociedade em ação	Jornalismo e debate sobre Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável	Informação	Sábado
BlackTie	eventos sociais as notícias que circulam na sociedade do Espírito Santo	<b>Entretenimento</b>	Sábado
Mundo do campo	Voltado para os segmentos econômicos do estado, a agropecuária.	Informação	Domingo

Quadro 80

#### 4. TV Gazeta

A afiliada da TV Globo em Vitória exibe semanalmente 198 programas, 29 deles locais (Tabela 7). Da programação local, apenas dois formatos são de entretenimento; os demais são da categoria jornalismo, dos gêneros informativos e esporte. Obtém-se aqui o menor índice de produção de programas locais de entretenimento com relação ao total de programas locais identificados por esta pesquisa: 6%. Esse número explica-se porque a emissora é a única entre as pesquisadas que possui quatro programas diários voltados para a categoria informação (telejornalismo e esporte), dando mais ênfase, em sua estratégia de sedução das audiências, a essa categoria do que aos formatos de entretenimento.

Os dados da TV Gazeta seguem praticamente inalterados se compararmos o que foi registrado em 1999 pela revista *Meio & Mensagem* e a produção local em 2005. O que mudou foi que os programas locais - até então dedicados exclusivamente ao telejornalismo e ao jornalismo esportivo - passaram a incluir os formatos de entretenimento.

Encontramos aqui a única produção de entretenimento com platéia. Trata-se do *Conexão Geral*, um programa de auditório exibido nos domingos à noite que se propõe a ser um espaço para divulgação artísticas e culturais. O outro formato local de entretenimento está no ar há quatro anos e também é emitido no final de semana. Trata-se do programa *Em Movimento*. Sua proposta é explorar o universo capixaba com matérias sobre música, arte, moda, comportamento, esportes, meio ambiente, cidadania e outros temas diversificados <sup>215</sup>. Entre as emissoras pesquisadas, a TV Gazeta foi a única onde não foi registrado reprise dos programas locais. A tabela 8 apresenta a relação total dos 10 títulos de audiovisuais produzidos pela TV Gazeta.

---

<sup>215</sup> <http://gazetaonline.globo.com/> acesso em fev 2006

Gráfico 9

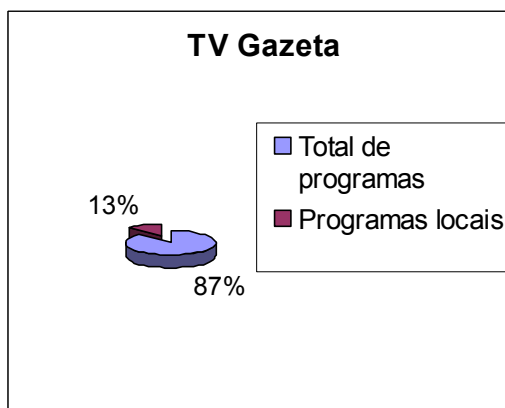


Gráfico 10

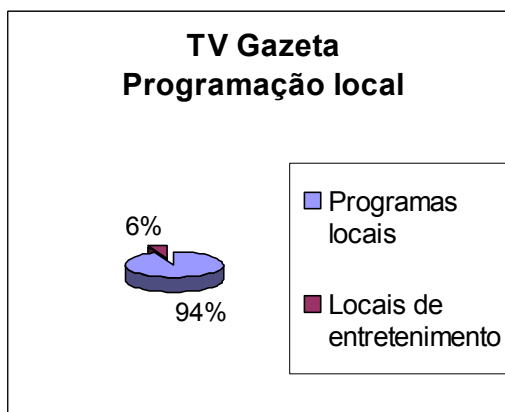


Gráfico 81

Programação local TV Gazeta/Globo			
Título	Descrição	Categoria	Veiculação
Bom Dia ES	Jornalismo Cobertura principais fatos políticos, econômicos....	Informação	Seg/segunda
ES TV 1ª Edição	Jornalismo - Cobertura principais fatos...	Informação	Seg/sábado
ES TV 2ª Edição	Jornalismo - Cobertura principais fatos....	Informação	Seg/sábado
Globo Esporte	Reportagens sobre esporte	Informação	Seg/sábado
ES Comunidade	Entrevistas sobre terceiro setor, cultura e outros atuais	Informação	Sábado
Em Movimento,	Música, arte, moda, comportamento, esportes, meio ambiente, cidadania etc	<b>Entretenimento</b>	Sábado
Estação Esporte	Reportagem sobre esportes	Informação	Sábado
Jornal do Campo	Jornalismo rural	Informação	Domingo
Conexão Geral	Entretenimento e jornalismo - reportagens, debates, apresentações artísticas e notícias. Com platéia	<b>Entretenimento</b>	Domingo
Comunicação é Serviço	Informativo Religioso	Informação	Domingo

Quadro 81

## 5. TVE

Na TVE, da rede pública de televisão (RPTV) que recebe programação da TV Cultura (SP) e da TVE (RJ), encontramos o menor índice de programação local: dos 291 programas locais exibidos pela emissora ao longo da semana apenas 15 (5%) são locais. Há dois formatos inéditos diários (segunda a sexta-feira) que também são reprisados durante a programação, e cinco programas semanais com uma reprise, ou seja, exibidos duas vezes na semana (Gráficos 11 e 12). Contudo esses números devem ser vistos com cuidado. Na programação de rede, a TVE capixaba tem uma alta taxa de reprises e uma grande variedade de formatos. Foi o maior número total de programas na semana pesquisada. Não temos o cômputo das reprises da programação de rede, mas considerando-se apenas os programas locais, a taxa de horários alternativos é 50%.



Aqui encontramos um dos poucos espaços televisivos do Estado especializado em cinema - é o único caso em uma TV aberta no Espírito Santo. Trata-se do programa *Curta vídeo* que oferece espaço também para divulgar as produções audiovisuais locais. O outro programa de entretenimento é o *Espaço 2*, dedicado aos temas culturais do Estado.

Como a revista *Meio & Mensagem* não divulgou a produção de programas locais na TVE durante o levantamento realizado em 1999, não há como realizar a comparação que até então vínhamos fazendo com as TVs comerciais.

Gráfico 11 - Composição da programação da TVE em 1999

Gráfico 11

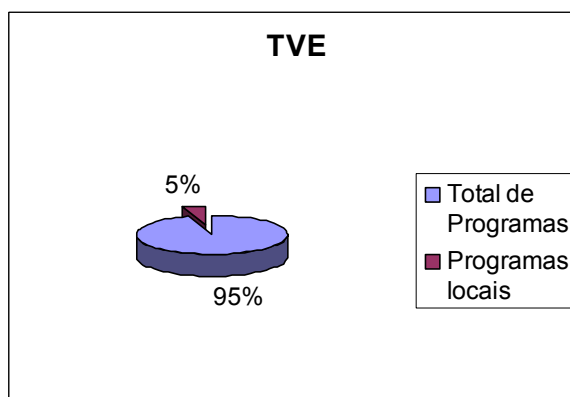


Gráfico 12

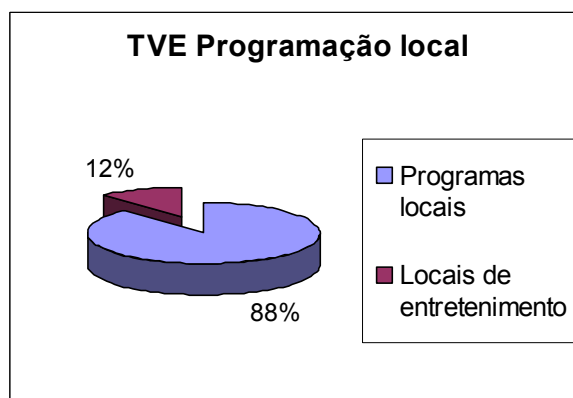


Gráfico 82

Programação local TVE/RPTV			
Programa	Descrição	Categoria	Veiculação
Mercado de Trabalho	Reportagens e entrevistas sobre temas econômicos, trabalho, empresas	Informação	Seg/sexta
Estúdio	Entrevistas variadas sobre temas atuais	Informação	Seg/sexta
Zona verde	Jornalismo ambiental	Informação	Sábado
Nosso Campo	Jornalismo sobre temas rurais, agronegócios	Informação	Quinta
Oportunidades	Informações sobre tendências econômicas, trabalho etc	Informação	Quarta
Espaço 2	Entrevistas e reportagens sobre temas culturais	<b>Entretenimento</b>	Quinta
Curta Vídeos	Exibição de vídeos de produtores local	<b>Entretenimento</b>	Quarta

Quadro 82

## TVs a cabo<sup>216</sup>

### 1. GTV

A programação básica da GTV é composta pela reprise dos nove títulos da TV Gazeta, canal aberto afiliada a Rede Globo, e outros produzidos por produtores independentes. São exibidos 37 programas locais ao longo da semana, sendo sete de entretenimento, o que corresponde a 18,9% do total da grade. Não contabilizamos o *GTV News* e o *Evento ao vivo* por não se tratar de programas propriamente ditos. No primeiro caso a GTV transmite a CBN, que faz parte do mesmo grupo. Já o *Evento ao vivo* é reservado para reprises de eventos, geralmente esportivos, já transmitidos pela TV Gazeta. Com exceção dos programas de telejornalismo, os demais programas são exibidos como inéditos semanalmente e reprisados em horários alternativos durante a semana; o número de repetições varia de acordo com o formato. São 12hs de programação diária. (Tabela 12) Em alguns horários o canal está com a

<sup>216</sup> O levantamento realizado em 1999 pela revista Meio & Mensagem não contempla as TVs por assinatura.

grade aberta, sem exibição de programas. A GTV serve como laboratório para produção de conteúdos de diversos formatos, seja para produtores independentes ou da própria TV Gazeta.

Os programas de entretenimento próprios da GVT *Click star.*, *Welcome Card*, *Alto Nível* e *Bem Viver* exibem reportagens sobre eventos culturais e entrevistas com personalidades locais. Já *Casa e Estilo* dá destaque à decoração e arte produzida localmente.

Programação GTV			
Títulos	Descrição	Categoria	Veiculação
Click star	Reportagem sobre eventos culturais	Entretenimento	Terça
Terra Capixaba	Jornalismo ambiental	Informação	Domingo
Salto Alto	Jornalismo de opinião Entrevistas variadas	Informação	Quarta
Welcome Card	Reportagem sobre eventos culturais	<b>Entretenimento</b>	Terça
Alto Nível	Reportagem sobre eventos culturais	<b>Entretenimento</b>	Sabado
Em Movimento	Reprise TV Gazeta	<b>Entretenimento</b>	Domingo
Conexão Geral	Reprise Tv Gazeta	<b>Entretenimento</b>	Domingo
Casa e Estilo	Entrevistas sobre decoração e arte	<b>Entretenimento</b>	Terça
Bem viver	Revista de variedades sobre cultura, arte e atualidades	<b>Entretenimento</b>	Sexta
Saúde Para Você	Informação s/ saúde	Jornalismo	Sexta
GTV News (CBN)	Jornalismo da CBN	Informação	Seg/domingo
Hora Econômica	Jornalismo de opinião - economia	Informação	Sexta
Bom Dia ES	Reprise TV Gazeta	Jornalismo	Seg/sexta
ESTV 1ª Edição	Reprise TV Gazeta	Informação	Seg/sábado
ESTV 2ª Edição	Reprise TV Gazeta	Informação	Seg/sábado
Jornal do Campo	Reprise TV Gazeta	Informação	Domingo
ES Comunidades	Reprise TV Gazeta	Informação	Domingo
Estação Esporte	Reprise TV Gazeta	Informação	Domingo
Evento ao Vivo	Reprise TV Gazeta/ esporte	Informação	Variado
Globo Esporte local	Reprise TV Gazeta	Informação	Seg/Sabado

Quadro 83

## 2. TV Assembléia

A TV Assembléia do Espírito Santo - criada por meio da Resolução 2.026, em 26 de dezembro de 2001 - é um canal que liga o Parlamento estadual à sociedade capixaba. A emissora tem como objetivo ser um instrumento de transparência na divulgação dos fatos e um espaço aberto para o debate dos grandes problemas do Estado.<sup>217</sup> Desde 2005, o horário de funcionamento da emissora é de 15 horas diárias.

A emissora tem uma situação atípica, pois sua grade de programação é condicionada aos trabalhos realizados na Assembléia Legislativa. Além disso, ao longo da programação são exibidas reportagens diversas e também vídeos de produção própria ou independentes. Nesse sentido, foi difícil um levantamento preciso da programação. Identificamos na TV Assembléia seis programas locais, um de entretenimento. Trata-se do programa *Produção Independente* que exibe vídeos produzidos pela própria Assembléia ou cineastas locais.

Considerando-se apenas os programas, os formatos de entretenimento correspondem a 16% do total da produção. Se considerarmos os oito vídeos exibidos na semana de 05 a 11 de dezembro de 2005 como um item cada, a programação local reservada ao entretenimento será superior à de jornalismo. Nesse caso foram seis (06) programas de entretenimento (não contabilizando o programa *Produção Independente*, onde os vídeos são exibidos) em relação a cinco produtos de informação.

---

<sup>217</sup> <http://www.al.es.gov.br/> - Acesso a fev 2006

Programação TV Assembléia ES			
Programa	Descrição	Categoria	Veiculação
Ação Parlamentar	Espaço para a prestação de contas do deputado Entrevista com parlamentares	Informação	quarta-feira e domingo
Mundo Econômico	Programa de entrevista abordando temas relevantes para a economia capixaba, assuntos que estão em pauta na Ales ou em foco na mídia (local e nacional).	Informação	Quinta
Semana do Presidente -	Informativo com o balanço das atividades da semana na Ales, agenda da Mesa Diretora e do presidente, opinião sobre tema local ou nacional..	Informação	Sexta-feira
Acontece na Assembléia	Jornal sobre a semana no Legislativo Estadual ou fora da Assembléia	Informação	Sábado
Produção Independente	divulga a cultura capixaba. Artes plásticas, literatura, vídeo, cinema, são temas em destaques no programa..	<b>Entretenimento</b>	Domingo

Quadro 84

Vídeos exibidos pela TV Assembléia do ES na semana de 05/11				
Título	Produtor			
Forno Grande (10 )	TV Assembléia	Documentário	05/12	Curta
TV Parque do Caparão (17 )	TV Assembléia	Documentário	06/12	Curta
Itauna APAC (28 )	TV Assembléia	Documentário	07/12	Curta
Cordel dos atingidos (29 )	Ricardo Sá	Documentário	07/12	Curta
O artista Grego (17 )	Homero Macena	Documentário	08/12	Curta
Na parede na toalha, no lençol (25 )	Ursula D art	Documentário	09/12	Curta
Vila Rubim (30 )	TV Assembléia	Documentário	10/12	curta
Céu de anil (34 )	Lisandro Nunes	Documentário	11/11	curta

Quadro 85

### 3. TV Universitária

A TV Universitária de Vitória ainda opera precariamente, em apenas algumas horas por dia e com muitas reprises. Três instituições universitárias Faesa Educação Superior, Centro Universitário de Vila Velha (UVV) e Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) - participam produzindo programas, realizados em sua maioria por estudantes de Comunicação. No total são 13 programas, sendo que os formatos de entretenimento correspondem a 38%. O único local programa específico de música entre todas as emissoras pesquisadas está no canal universitário. Chama-se o *Na Garagem*, produzido pela Faesa.

A TV Faesa está dividida em quatro núcleos:

- **Núcleo Curricular** - responsável pelo desenvolvimento do Telefoca e Videomaker .
- **Núcleo Extracurricular e de Fomento** - responsável pelo desenvolvimento do Sala de Aula , Mídia , Na Garagem e Bitola .
- **Núcleo Institucional, de Publicidade e de Serviços** - responsável pela realização do Jornal da Faesa , e pela prestação de serviços.
- Núcleo de Criação - produção de vinhetas de abertura, chamadas e interprogramas (história, cultura, variedades).

O Centro Universitário de Vila Velha (UVV), há 30 anos atuando no Estado do Espírito Santo tem um pequeno núcleo de produção de TV, composto por dois profissionais e quatro estudantes estagiários regulares. Além disso, conta com o auxílio de alunos voluntários. Apesar de aparecer com o maior número de programas, apenas um deles, o *Sintonia UVV*, tem periodicidade semanal. Os demais são exibidos irregularmente, à medida que ficam prontos, geralmente uma ou duas vezes ao mês.

Já a Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), apesar de ser a mais tradicional do Estado, é a que dispôs, até agora, de menos recursos para a produção para a TV Universitária. Não possui equipe com dedicação exclusiva e seus dois programas são iniciativas isoladas de servidores da instituição.

Dos 16 programas exibidos pela TV Universitária, cinco deles são da categoria entretenimento, o que representa 31,2 % da produção total (Tabela 15). No entanto, existe

irregularidade das transmissões e precariedade de dados sobre a emissora sendo difícil fazer análise pela falta de uma grade de programação fixa. Também há registro de várias reprises, embora sem dados específicos sobre o assunto

A emissora chama a atenção o número de formatos dedicados à produção audiovisual local: *VideoMaker*, *Bitola* e *Olhares*, todos com espaço para exibição de vídeos e, no caso do programa *Bitola*, apresenta entrevista com os produtores. Também pela precariedade de informações sobre a emissora e seus produtos, não foi possível obter a relação dos vídeos exibidos na semana em estudo. Na TV Universitária encontramos o único programa especializado em música capixaba chamado *Na Garagem*, que oferece espaço para apresentações e entrevistas.

Diante da falta de dados e de uma grade de programação fixa, é possível inferir que a TV Universitária oferece um espaço significativo para entretenimento em especial para os programas sobre a produção cinematográfica do Espírito Santo.

Programação TV Universitária				
Programa	Descrição	Categoria	Instituição	Veiculação
Telefoca	Telejornal produzido por alunos nas disciplinas de Telejornalismo e Edição.	Informação	Faesa	Semanal
Sala de Aula	Debate entre professores, alunos e convidados sobre temas relacionados aos cursos e habilitações de todo o sistema Faesa.	Informação	Faesa	Semanal
Mídia	Jornalismo de opinião. Analisa a cobertura realizada sobre política, economia etc	Informação	Faesa	
Videomaker	Exibição dos produtos realizados em sala de aula, TCCs, independente de alunos de Radialismo. Entrevistas com os produtores.	<b>Entretenimento</b>	Faesa	Semanal
Na Garagem	Aborda o mundo da música popular e folclórica capixaba. Entrevistas e música.	<b>Entretenimento</b>	Faesa	Semanal
Bitola	História e produção cinematográfica do Espírito Santo. Exibe os filmes capixabas contextualizando o momento político-cultural da produção	<b>Entretenimento</b>	Faesa	Semanal
Sintonia UVV	Informação institucional UVV	Informação	UVV	Semanal
Papo afiado	Entrevistas sobre temas atuais e polêmicos	Informação	UVV	Irregular
Palavras na mesa	Entrevistas sobre esporte/educação física	Informação	UVV	Irregular
Universitário empreendedor	Reportagens sobre alunos e ex-alunos empreendedores	Informação	UVV	Irregular
Zona Verde	Jornalismo ambiental	Informação	UVV	Irregular
Interação	Entrevistas sobre comportamento	Informação	UVV	Irregular
Atitude Saudável	Reportagens sobre saúde, esporte e hábitos saudáveis	Informação	UVV	Irregular
Miscelânea	Reportagens e entrevistas sobre arte e cultura	<b>Entretenimento</b>	UVV	Irregular
Pensamento e prosa	Jornalismo	Informação	Ufes	Irregular
Olhares	O programa exibe vídeos universitários	<b>Entretenimento</b>	Ufes	Irregular

Quadro 86

### 3. TV Ambiental

A emissora começou a operar há poucos meses e possui apenas quatro horas de transmissões diárias. A TV Ambiental não possui programas de entretenimento, somente telejornalismo.



### 5.3.2 Considerações finais

Considerando-se a programação total da semana de 05 a 11 de dezembro, a Capixaba/Bandeirantes destaca-se no espaço dedicado à produção local com 22% total de programas veiculados. Os programas de entretenimento representam 18% dos locais (o segundo maior índice encontrado, com um programa diário e dois semanais. Mesmo quando excluimos a programação local religiosa da TV Capixaba/Bandeirantes, a emissora segue em primeiro lugar na produção local e mas segue em segundo lugar na produção de entretenimento.

A TV Vitória/Record ficou em segundo lugar em produção local proporcionalmente à programação total veiculada total: 18%. Os formatos de entretenimento representam 26% da produção local o maior índice encontrado. Dos 13 programas produzidos pela TV Vitória, cinco são de entretenimento, sendo um deles diário.

A TVE/RPTV foi a terceira emissora que mais investiu no gênero entretenimento em sua programação local (12%). No entanto, os programas locais representaram apenas 5% do total dos exibidos na semana pesquisada, apontando um potencial ainda não de todo explorado. A TV Tribuna/SBT e a TVGazeta/Globo tiveram 6% do total de sua produção local dedicados ao entretenimento. Quando se considera a quantidade de produção local em relação a produção total da grade de programação, elas apresentam, respectivamente, 14 e 13% de produtos na categoria entretenimento.

Nas TVs abertas, considerando-se as características dos programas locais de entretenimento, com exceção do *Curta Video* produzido pela TVE, todos os demais podem

ser classificados como Variedades, apresentando entrevistas, reportagens etc algumas vezes com partes de jornalismo, o que comprova a tendência a hibridização dos gêneros televisivos.

Na TV Gazeta/Globo encontramos o único programa de entretenimento com platéia, o programa de auditório *Conexão Geral*. Transmitido ao vivo, *Fala ES*, da TV Vitória/Record, possibilita algum grau de interatividade com os telespectadores.

Em termos de periodicidade, dos 14 programas de entretenimento identificados na TV aberta na semana de 5 a 11 de dezembro de 2005, dois são diários e os outros semanais. Com exceção dos da TV Gazeta/Globo, todos os semanais são reprisados ao longo da semana na emissora. No caso da TV Gazeta/Globo, as reprises acontecem no canal a cabo do mesmo grupo, a GTV, transmitido pela NET. Nota-se uma concentração de programas locais de entretenimento nos finais de semana. Conforme observamos anteriormente, há apenas um programa de auditório com platéia, o *Conexão Geral* (gravado).

Quadro Geral TVs abertas			
Emissoras	Programação local de entretenimento	Títulos	Veiculação
TV Vitória/Record	26%	Fala ES BlackTie Gourmet Vip Art Décor Vitória Fashion	Diário Semanal Semana Semanal Semanal
TV Capixaba/Bandeirantes	18%	Café com leite Acontece Aqui Country e Cia	Diário Semanal Semanal
TVE	12%	Curta Vídeo Espaço 2	Semanal Semanal
TV Tribuna/SBT	6%	Tribuna na Estrada Circulando	Semanal Semanal
TV Gazeta/Globo	6%	Em Movimento Conexão Geral	Semanal Semanal

Quadro 87

A proporção de produção local de entretenimento com relação à produção local das TVs a cabo é bastante superior à da TVs abertas. Contudo, não se pode comparar esses índices, principalmente porque são emissoras que recém começaram a funcionar e não possuem índices de audiência comparáveis aos das emissoras abertas. Das quatro emissoras locais a cabo, apenas a TV Ambiental não investe em entretenimento. Já a TV Universitária, TV Assembléia e a GTV, dedicam, respectivamente, 18,9%, 16%, 31,2% de sua produção ao gênero entretenimento com as ressalvas de que grande parte da programação da GTV é reprise da TV Gazeta/Globo e a TV Assembléia e a TV Universitária em uma programação bastante irregular em termos de periodicidade.

### 5.3.3 Lista de TVs Abertas e por Assinatura

- **TV Tribuna** - A emissora que pertence ao Grupo João Santos, proprietário de uma rede de comunicação que engloba o jornal A Tribuna, líder de circulação, e rádios FM e AM. O grupo também possui veículos de comunicação em Pernambuco e também atua em outros setores da economia. A TV Tribuna foi fundada em 29 de março de 1985 e é afiliada ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT). Hoje cobre 93% da população do Espírito Santo.
- **TV Capixaba** Inaugurada no dia 10 de outubro de 1989, a emissora pertence ao grupo Sá Cavalcanti que tem forte atuação também no setor imobiliário e de *shopping centers*. Assim como a Rede Bandeirantes, a qual é afiliada, passou por uma grande

reestruturação para assegurar audiência no mercado. As mudanças começaram internamente e se expandiram para a compra de equipamentos, como as câmeras digitais *dvcam*. É a única TV local a operar com satélite, o que garante 100% de cobertura estadual.

- **TV Vitória** - Com 100% de cobertura, atinge todo o Espírito Santo, com único sinal. A Rede Vitória de Comunicações tem cinco veículos: a TV Vitória/Record, a Rádio Vitória AM, a Rádio Jovem Pan FM, a Rádio Shopping (que é interna) e a Vitória Vídeo e Áudio. Pertence ao Grupo Buaiz, capixaba, que também atua na área de alimentos, comércio exterior, empreendimentos imobiliários, entre outros.
- **TV Gazeta** - A afiliada da Rede Globo no Espírito Santo faz parte de um grupo local controlado pela família Lindenberg. Inclui jornais e emissoras de rádio na capital, além de TVs no interior.
- **TVE** - Oficialmente, a TVE-ES surgiu no dia 10 de setembro de 1976. É vinculada à Rede Pública de Televisão (RPTV) e recebe programas da Rede Cultura, capitaneada pela TV Cultura de São Paulo, e da TVE-Rede Brasil, liderada pela TV Educativa do Rio de Janeiro.

- **GVT** - A emissora pertence à Rede Gazeta de Comunicação, cuja TV Gazeta é afiliada da Rede Globo. É transmitida através do canal 14 da NET (canal fechado a cabo) nos municípios de Vitória e Vila Velha. Em 1º junho de 2002, a GTV entrou no ar com 6h diárias de programação. Seu conteúdo é totalmente capixaba focado em telejornalismo, programas voltados para cultura, esporte, transmissão de eventos, shows, espetáculos e festas populares. Parte de sua programação é completada com a reprise de programas produzidos pela TV Gazeta.
- **TV Assembléia** É oferecida na TV por assinatura e sua programação depende dos trabalhos da Assembléia Legislativa do Espírito Santo.
- **TV Universitária de Vitória** - A emissora tem caráter educativo universitário ainda opera precariamente, em apenas algumas horas por dia e com muitas reprises. Três instituições universitárias Faculdades Integradas São Pedro (Faesa), Centro Universitário de Vila Velha (UVV) e Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) - participam produzindo programas, realizados em sua maioria por estudantes de Comunicação.

- **TV Ambiental** - A emissora começou a operar na TV por assinatura há poucos meses no Espírito Santo e possui apenas quatro horas de transmissões diárias.

## 5.4 RIO DE JANEIRO

### 5.4.1 Introdução

A cidade do Rio de Janeiro, é geograficamente privilegiada por suas belíssimas praias que circundam sua costa, passando por Copacabana, pela famosa Ipanema de Vinícius de Moraes e por suas montanhas que compõem um dos mais conhecidos cartões postais do Brasil, como é o caso do Pão de Açúcar. É também uma das principais difusoras e propagadoras da cultura nacional, pois serviu de cenário para o nascimento de gêneros musicais como a bossa nova, o choro, o samba e o *funk*. Além de investir na esfera da educação e da cultura o Rio de Janeiro também se destaca em outras áreas. Segundo dados do governo,

concentra centros de excelência internacional, [...] e universidades de primeira linha. É o principal destino turístico e sedia cinco entre as dez maiores empresas do país, as principais companhias de petróleo, mineração e telecomunicações. A cidade possui ainda o maior pólo de audiovisual do país.<sup>218</sup>

No que tange à questão da produção audiovisual, a capital do Estado do Rio também é bastante expressiva, uma vez que das 39 emissoras que atuam no estado, 24 canais (abertos e fechados) atuam diretamente na cidade carioca, ou seja, os canais abertos funcionam como cabeças-de-rede <sup>219</sup>. Isso ocorre ainda que a sede de algumas emissoras seja em São Paulo, devido à quantidade de produção que realizam. Em diferentes proporções, investem em

---

<sup>218</sup> <http://skyscrapercity.com/archive/index.php/t-204263.html>. As empresas são Petrobras, Ipiranga, Shell, Esso e Texaco.

<sup>219</sup> São elas: Rede Globo, SBT, TVE Brasil, Rede TV, Band, CNT e Record.

produção de entretenimento local e regional, fortalecendo o produto cultural nacional, principalmente por causa da localização do maior centro de produção audiovisual para TV da América Latina: a Central de Produções Globo (Projac), situado na Zona Oeste do Rio de Janeiro.

Não se pode deixar de mencionar que, da mesma forma que esta população de 6 milhões<sup>220</sup> de habitantes tem uma enorme receptividade para a produção cultural, também convive cercada da violência que tem se agravado na cidade, especialmente por conseqüência da desigualdade social e do tráfico de drogas e entorpecentes. Assim, a população particularmente a de baixa renda que mora em favelas e lugares mais pobres e distantes - ainda faz da televisão a sua maior e mais segura fonte de lazer, uma vez que, pela TV, tem a possibilidade de acesso às informações e ao entretenimento gratuito sem sair de casa.

No entanto, existe ainda uma parcela de habitantes da cidade do Rio de Janeiro que não tem acesso a este meio de comunicação. E, exatamente por isso, desde os primeiros anos do século XXI começou a acontecer um fenômeno no Rio de Janeiro que não faz parte das estatísticas oficiais e que está diretamente ligado à questão da transmissão dos sinais de TV do Rio: o movimento dos *antenistas*,<sup>221</sup> que acontece com alguma participação da academia e da sociedade. Os *antenistas* são os criadores de uma rede de cabo clandestina, que cobram uma taxa mensal de cada assinante e retransmite a programação para a vizinhança. Segundo os

---

<sup>220</sup> <http://www.saude.rj.gov.br/cgi/tabcgi.exe?poprj.def>

<sup>221</sup> No dia 21/05/2004, aconteceu o lançamento do Fórum de Comunicação Comunitária do Rio de Jan (FOCCO-RJ) no auditório da Sociedade e Engenheiros e Arquitetos do Estado do Rio de Jan, Foi realizado no local o seminário *Outras Caras: a vez e voz das tvs comunitárias*, reunindo representantes da Agência Nacional de telecomunicações (Anatel), do Ministério das Comunicações, emissoras educativas como o Canal Futura e representantes de retransmissores locais de TV, como os *antenistas*. Participaram também do evento diversos grupos que atuam na produção alternativa em audiovisual, como a TV Comunitária (NET) e TVs de rua das periferias da cidade. A idéia do seminário foi discutir a proposta de implantação de uma lei que regulamente a retransmissão e produção de TVs locais, seja via cabo ou em canal aberto.



pesquisadores Raquel Paiva e Muniz Sodré, o movimento quer sair da ilegalidade através de uma legislação específica. Eles também querem ter a oportunidade de produzir uma programação mais local e participativa.<sup>222</sup>

No que diz respeito à cobertura que o jornal *O Globo*, o mais lido pelos cariocas, faz da programação de TV. O jornal, que pertence às Organizações Globo, oferece a programação completa (hora a hora) de todos os canais das TVs abertas, inclusive com resumos das novelas. Em compensação, não aparece uma grade sequer destinada ao detalhamento da programação das TV's por assinatura. *O Globo* publica um quadro nas edições de segunda à sábado com o nome de um ou dois filmes que serão exibidos num determinado número de canais a cabo ( que pode variar entre seis ou sete), mas todos os dias os canais vão sendo alternados, impossibilitando um estudo da programação das TV's por assinatura utilizando como fonte primária o jornal, como foi proposto na metodologia desta pesquisa.

#### **5.4.2 Estudo das Emissoras cariocas**

##### 1. TV Globo

Este relatório começa sua análise com a maior empresa na área de comunicação do país, a TV Globo, que começou suas atividades em 1964 e hoje é considerada umas das cinco maiores redes de TV do mundo. As Organizações Globo são um completo multimidiático que inclui rádio AM e FM, TV, jornais, revistas, editora, servidor de internet, jornal on line e agência de notícias. A emissora possui 118 afiliadas, sendo que a cabeça-de-rede está situada no Rio de Janeiro.

---

<sup>222</sup>[http://industrias-culturais.blogspot.com/2004\\_06\\_20\\_industrias-culturais\\_archive.html](http://industrias-culturais.blogspot.com/2004_06_20_industrias-culturais_archive.html)

No estudo de uma semana (05 a 11 de dezembro) do jornal *O Globo* durante a semana metade da programação veiculada é essencialmente composta por programas de entretenimento. É preciso, porém, advertir que uma parte desta programação é de produção local e em alguns casos de produção regional, ou mesmo de produção conjunta entre Rio de Janeiro e São Paulo, uma vez que os estúdios da emissora estão localizados nos dois estados. A outra parte ( representada nos gráficos pela cor amarela) também se refere a entretenimento, mas são programações adquiridas externamente.

É característico da Globo veicular programas de produção própria, cujos conteúdos são quase em sua totalidade, locais; principalmente por se tratar de uma emissora que - enquanto cabeça-de-rede - distribui a sua programação de entretenimento (novelas, séries, seriados, programas infantis, programas de auditório, etc.) para afiliadas de todo o país. Vale ressaltar que quase não há reprises na TV Globo, entretanto um dos programas de começo de tarde, *Vale a Pena Ver de Novo* é a reprise de novelas nacionais de grande êxito já exibidas. Além disso, o formato de variedades, *Video Show* faz uma síntese dos melhores momentos da semana.

O restante da programação são produzidos pela própria emissora, exceto o programa *Santa Missa* transmitido aos domingos às 5h55 ao vivo. Esta programação compreende programas da categoria informação, como jornalísticos e agronegócios, da categoria religiosos (missa) e da categoria educativos, como telecursos.

A grade de entretenimento exibida no decorrer da semana tem pouca variação, garantindo assim uma homogeneidade na programação. Contudo, no domingo, mesmo com a TV Globo veiculando durante todo o dia formatos de entretenimento produzidos localmente, o

número de programas é menor. Ou seja, há menos programas que ficam mais tempo no ar, como é o caso do *Programa do Faustão*. A média da programação é de 35% de programas de entretenimento locais, mas cai para 11% no sábado, como pode ser observada nos quadros abaixo.

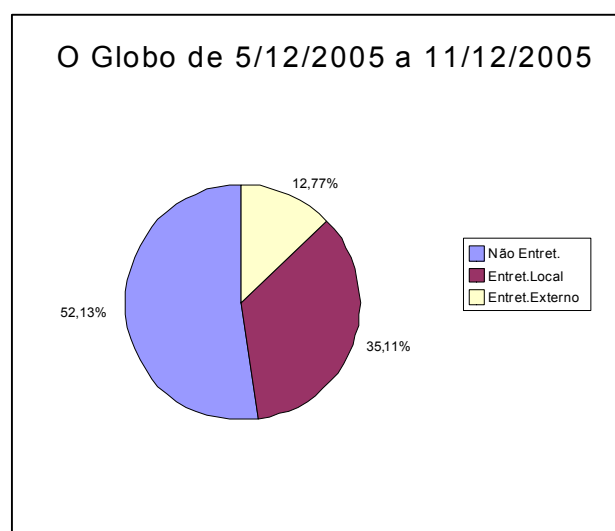


Gráfico 83

Programas	Característica principal	Dia	Horário
Tela Quente	apresentação de um filme que geral não são nacionais	Só às segundas	22:05
Intercine	apresentação de um filme que geral não são nacionais.*	Seg. a Sex	Nesta semana oscilou entre 1:25 e 2:15 , dependendo da programação
Corujão	apresentação de um filme que geral não são nacionais	Seg. a Sáb	Nesta semana oscilou entre 3:20 e 4:20 , dependendo da programação
Série	Os Simpsons - desenho animado importado	sábados	11:25
Sessão de Sábado	apresentação de um filme que geral não são nacionais	sábados	16:20
Supercine	apresentação de um filme que geral não são nacionais	sábados	23:05
Temperatura Máxima	apresentação de um filme que geral não são nacionais	Domingos	13:05
Domingo Maior	apresentação de um filme que geral não são nacionais	Domingos	23:40
Sessão de Gala	apresentação de um filme que geral não são nacionais	Domingos	2:12
Série	apresentação de série importada	Domingos	4:20

Quadro 88: Lista dos programas de Entretenimento comprados pela TV Globo<sup>223</sup>

\*Segundo o jornal O Globo, a grade de programação da TV Globo oferece dois filmes diferentes ao público, sem garantir qual deles será levado ao ar naquele dia.

<sup>223</sup> Nesta pesquisa chamados de entretenimento externo.

Programas locais/regionais	Característica principal	Dia	Horário
Mais você (prod. regional SP)	programa feminino de variedades	Seg. a Sex.	8:05
Sítio do Picapau Amarelo (prod. local RJ)	programa infantil (novela)	Seg. a Sex.	9:29
TV Xuxa (prod. local RJ)	programa infantil (variedades)	Seg. a Sex.	10:00
Video Show produção regional conjunta (SP-RJ)	programa variedades	Seg. a Sab.	13:45
Vale a Pena Ver de Novo (produção local - RJ)	novela (reprise) Força de um desejo	Seg. a Sex.	14:35
Sessão da Tarde	transmissão de filmes, em geral importados.	Seg. a Sex.	15:50
Malhação (produção local - RJ)	Novela vespertina direcionada para o target adolescente	Seg. a Sex.	17:30
Novela das 18hs. (produção local - RJ)	Alma Gêmea	Seg. a Sáb	Oscila entre 17:55 e 18:05
Novela das 19hs. (produção local - RJ)	Bang-Bang	Seg. a Sáb.	Oscila entre 18:55 e 19:05
Novela das 21hs. (produção local - RJ)	Belíssima	Seg. a Sáb.	21:00
Programa do JÔ (prod. Regional - SP)	programa de entrevista mesclado com variedades	Seg. a Sex	Oscila entre 23:55 e 00:25
TV Globinho	Programa infantil com apresentador brasileiro e desenhos importados	Sábados	8:00
Caldeirão do Huck (produção local -RJ)	Programa de variedades	sábados	14:20
Altas Horas (produção local (RJ)	Programa de auditório que reúne entrevistas com famosos e com anônimos, show de talentos, música	sábados	Oscila entre 01:25 e 01:35
A Turma do Didi (prod. local- RJ)	Programa humorístico	Domingos	12:30
Domingão do Faustão (produção regional conjunta SP-RJ)	Programa de auditório que reúne entrevistas com famosos e com anônimos, show de talentos, música, etc.	Domingos	14:50
Fantástico (produção conjunta RJ - SP)	Programa de variedades	Domingos	20:30
Sob Nova Direção (produção local RJ)	Seriado de humor	Domingos	Exibição logo após o Fantástico
Casseta & Planeta Urgente(prod. local RJ)	Programa humorístico	Somente Terças	22:05
A Diarista (produção local RJ)	Programa humorístico	Somente Terças	22:40
Cidade dos Homens (produção local RJ)	Seriado	Somente Sextas	23:05
A Grande Família (produção local RJ)	Seriado de humor	Somente Quintas	22:05

Quadro 89: Entretenimento Local Composto por programas produzidos pela emissora

## 2. TVE Brasil

A TVE Brasil existe desde os anos 70 e, junto com a TV Cultura, de São Paulo, forma a Rede Brasil, transmitindo programação, em sua maioria nacional, para TVs públicas de todo o

país. Mas a primeira tentativa de formar uma rede data de 1978, quando a emissora tentou montar um sistema nacional e integrado de emissoras educativas. Trata-se de uma emissora pública que produz programas educativos e de entretenimento.

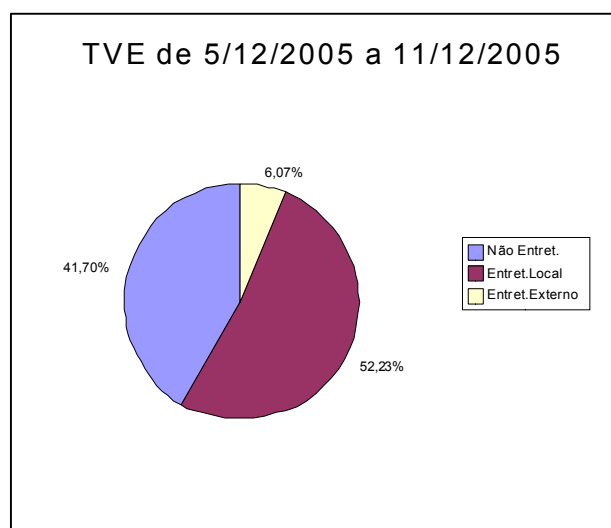


Gráfico 84

Durante a semana estudada, mais da metade da programação foi composta por programas de entretenimento, sendo que uma parte desta programação com produção local e em alguns casos de produção regional, ou mesmo de produção nacional. A programação foi /é produzida localmente, outras foram feitas pela TV Cultura (SP) e feitas por parcerias com Organizações-Não Governamentais. Algumas produções foram/são o resultado das parcerias entre TVE e TV Cultura. Os programas de entretenimento importados, em sua maioria, têm o objetivo complementar o horário de entretenimento, mas são bastante reduzidos.

É característico desta emissora veicular programas de produção educativa e cultural e, no que se refere a sua programação de entretenimento, há uma grande concentração de produções infantis principalmente de desenhos animados. Outra característica que vale a pena

ser observada é a hibridização dos gêneros<sup>224</sup>. Alguns programas que podem ser categorizados como jornalísticos, como o *Sem Censura* conduzido pela jornalista Leda Nagle, são considerados pela TVE como programas de entretenimento.

Uma particularidade da TVE Brasil<sup>225</sup> é a repetição de programação nos finais de semana. Nesta emissora, há um número significativo de reprises no mesmo dia. Por exemplo, a programação infantil apresentada no horário da manhã é, em parte, repetida à tarde, o que se repete em todo o país. Além disso, no caso do programa *Sem Censura*, há uma repetição dos melhores momentos da semana no domingo.

No decorrer da semana, a grade tem pouca variação, com uma média de 38 programas/dia, garantindo uma certa homogeneidade quantitativa para todos os dias da semana. No domingo, a TVE reduz o número de programas apresentados e a grade, para este dia específico, reprisa os programas levados ao ar decorrer da semana. A média da semana é de 52% de programação local de entretenimento. Além das reprises, observa-se um grande número de programas produzidos pela TV Cultura e transmitidos pela TVE que, por sua vez, retransmite para as suas afiliadas no restante do país. Em alguns casos, a emissora faz transmissão simultânea em parceria com a TV Cultura. A TVE Brasil também abre espaço para produções independentes.

---

<sup>224</sup> Sobre o tema, ver capítulo referente ao marco teórico.

<sup>225</sup> É importante ressaltar que todos os dias a TV inicia e finaliza sua programação com o Hino Nacional e a TVE transmite, ao vivo, a Santa Missa, todos os domingos.

Programas	Característica principal	Dia	Horário
Timothy Vai à Escola (exibido pela TV Cultura - a TVE transmite para o Rio e para toda a rede do Brasil)	Série animada internacional	Seg. a Sex.	às 11h e às 15h30min
Jay Jay, o Jatinho (TVE que exhibe)	Série animada da Discovery Kids	Seg. a Sex. Sábados	13:00 10:30
Clifford (TVE comprou da Discovery)	Série animada da Discovery Kids	Seg. a Sex.	10:30
Os Sete Monstrinhos (da TV Cultura)	Série animada canadense.	Seg. a Sex.	10h30min
Caillou (TV Cultura) Zooboomafoo	Série animada exibida em mais de 75 países Série animada internacional	Seg. a Sex. Seg. a Sex.	11h30min Às 15:00 h

Quadro 90: Lista dos programas de Entretenimento adquiridos pela TVE

Programas	Característica principal	Dia	Horário
Baú de Histórias (Produção da TV Cultura)	Programa Infantil baseado em clássicos da literatura	Segundas-feiras domingos	às 10h e às 14h às 11h30
Cocoricó (Produção TV Cultura)	Programa infantil com bonecos animados	Seg. a Sex.	às 11h15min e às 15h45min,
Rupert (Produção TV Cultura)	Série animada sobre um jovem urso que se envolve em aventuras em um mundo de fantasia.	Seg. Sex.	às 13:30
Castelo Rá-Tim-Bum (produção TV Cultura)	Seriado dirigido a crianças de 4 a 8 anos.	Seg. a Sex. Sábados Domingo	Às 14:30 11:00 13:00
Cocoricó (TV Cultura)	Programa dirigido ao público pré-escolar. Bonecos manipulados têm como cenário uma fazenda e seus animais.	Seg. a Sex.	às 11h15min e às 15h45min
Curta Criança (Produzido pela TVE)	O programa exhibe curtas-metragens voltados ao público infantil.	Sábado Domingo	Às 10:00 às 13h30min
Zum Zum Zum (Produção TV Cultura)	Em Zum, Zum, Zum uma abelhinha apresenta curtas-metragens de animação brasileiros, tanto desenhos como filmes.	Terças	10h e 14h
Qual é o Bicho? (Produção TV Cultura)	Programa infanto-juvenil, em parceria com o Zoológico de São Paulo	quarta-feira	às 10h e às 14h de
Tá na Hora (Produção TV Cultura)	Programa de clipes musicais com músicas infantis nacionais criadas por compositores brasileiros	Quintas	às 10h15min e às 14h15min
A Turma do Pererê (Produção TVE)	A série que ensina crianças e adultos a preservar o meio ambiente, resgatando os valores da cultura e do folclore brasileiro	Sexta-feira sábado	às 10h e às 14h 11h30min
Sem Censura (Produção TVE)	Dirigido para o telespectador que quer saber o que está acontecendo no Brasil e no mundo nas diferentes áreas da atividade humana. Programa formador de opinião, sem privilegiar correntes políticas, dando a todos a oportunidade de expressar o que sentem.	Seg. a Sex.	às 16h
Sem Censura Especial (Produção TVE)	Programa especial que apresenta os melhores momentos da semana.	Domingo	às 16h
Atitude.com (Produção TVE)	Programa para o público jovem, apresentado e feito por jovens. Atitude.com é um programa de lançamento de novos músicos e bandas	Seg. a Sex.	Às 18:30
Atitude no Telhado (Produção TVE)	O programa de variedades para o público jovem	Domingo	às 14h

Programas	Característica principal	Dia	Horário
O Mundo da Fotografia	Programa que aborda a técnica e o mercado de trabalho com comentários de grandes mestres da fotografia.	Terças Quintas Sábado	20:00 20:00 16:00
O Mundo da Literatura	Programa cultural que exhibe as principais obras e os espaços dedicados ao prazer da leitura.	Segundas Quartas. Sábado	20:00 20:00 16:30
O Mundo da Arte	Mesmo estilo dos dois programas anteriores, abrindo espaço para a arte clássica.	Seg. a Sex.	19:30
Acervo MPB	Acervo reúne programas e shows gravados com artistas da Música Popular Brasileira. Também exhibe, na íntegra e sem interrupções, espetáculos recentes gravados com exclusividade pela TVE.	Terças	1:30
Doc TV (Produção TV Cultura)	Programa de documentários	Quartas	1:30
A Grande Música	Programa de música clássica	Segundas	1:30
Revista Cinema Brasileiro	Programa especializado em cinema	Segundas Sábados	21:30 18:30
Arte com Sérgio Brito	Entrevistas feitas por Sérgio Brito com artistas sobre cultura	Terças Sábados	21:00 19:00
Super Tudo(TVE)	Programa de Variedades	Quartas Sábados	23:00 23:00
Comentário Geral (TVE)	Programa de Variedades	Quinta Sábados	21:00 22:00
Curta Brasil	Programa sobre curtas-metragens	Sábados	00:00
Cadernos de Cinema (TVE)	Programa que discute a arte cinematográfica brasileira.	Domingos Sábados	00:00 01:00
Sexta Independente (TVE)	Programa que apresenta filmes brasileiros de diferentes gêneros e bitolas	Sextas	21:00
Conversa Afinada	Programa de Entrevista com músicos	Terça a Sexta	23:30
Re-corte Cultural	Programa de entrevistas sobre cultura	Seg. a Sexta	20:30 (horários alternados entre 20:30 e 20:50) Com reprise às 00:00
Repórter Eco (PI)	Programa de cultura e entretenimento	Segundas	19:00

Quadro 91: Entretenimento Local (composto por programas produzidos pela emissora, muitas vezes em parceria com a TV Cultura)

### 3. Rede TV Brasil

A Rede TV! é uma rede de televisão brasileira com sede em Barueri ( SP ). No ar desde 15/11/1999, as cinco concessões da emissora foram transferidas para o grupo empresarial liderado por Amilcare Dallevo, Marcelo Carvalho e o Banco Rural em maio de 1999, após negociações entre o Ministério das Comunicações e a então concessionária Rede Manchete, pertencente ao Grupo Bloch. A TV Ômega Ltda (Razão social da Rede TV!) tem concessões



no Rio de Janeiro (Canal 6), São Paulo (Canal 9), Recife (Canal 6), Fortaleza (Canal 2) e Belo Horizonte (Canal 4). A Rede TV! é sucessora das extintas TV Tupi e TV Excelsior e também da TV Manchete, pois as concessões haviam sido originalmente da Tupi (Rio, Recife, Belo Horizonte, Fortaleza), cassadas em 1980, e da Excelsior (São Paulo), fechada em 1970. Essas concessões haviam sido dadas à Manchete, em 1981, e transferidas para a TV Ômega, em maio de 1999.

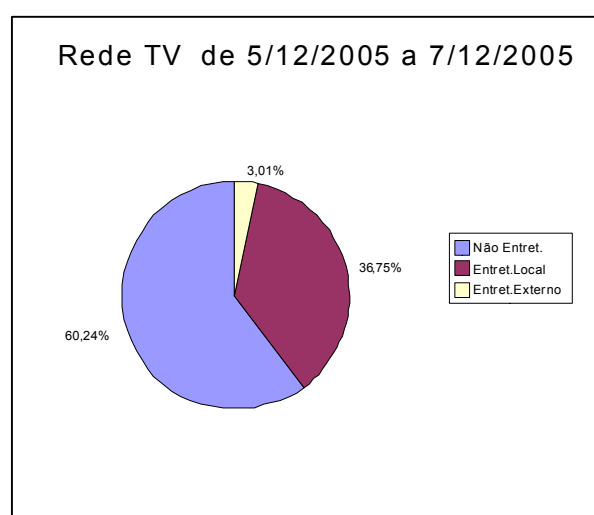


Gráfico 85

Durante a semana menos da metade da programação veiculada na Rede TV é composta por programas de entretenimento (36,7%), uma situação que se agrava no final de semana, pois este índice se reduz a menos de 20% no sábado e no domingo. Quase toda programação de entretenimento é de produção regional, pois os estúdios destinados à produção de programas de auditório e etc, estão localizados em São Paulo. No Rio de Janeiro, os estúdios da Rede TV são destinados à produção jornalística. No que diz respeito a programas de entretenimento externo há apenas um programa local de produção independente.

Uma característica desta emissora é veicular programas de produção própria, cujos conteúdos são, quase em sua totalidade, regionais e nacionais; principalmente por se tratar de

uma emissora que - enquanto cabeça-de-rede - distribui a sua programação de entretenimento (geralmente programas de auditório e de entrevistas) para suas afiliadas em todo o país. Vale destacar o fato de que, no final de semana, a maioria da programação é feita de programas jornalísticos e religiosos.

## REDE TV

Programas Local/ Regional	Característica principal	Dia	Horário
Vinho à Mesa	Programa de Variedade sobre vinhos	Domingo	00:10 h

Quadro 92: Entretenimento Externo Produção Independente Local Lista dos programas de Entretenimento adquiridos pela Rede TV. Com produção alternativa local.

Programas Local/ Regional	Característica principal	Dia	Horário
Programa do Jacaré	Programa de auditório	Seg a sex	7:30 h
Bom dia, Mulher	Programa de variedades com dicas sobre culinária, beleza, lazer, moda, notícias etc.	Seg a sex	08:30 h
Vila Maluca	Seriado	Seg a sex	13:00 h
A Casa é Sua	Programa sobre comportamento, moda, beleza, celebridades e polêmicas.	Seg a sex	13:50 h
Encontro Marcado	Programa de auditório, estilo reality show	Seg a sex	18:00 h
Vídeo Adrenalina	Exibição de vídeos gravados em perseguições policiais, batidas, acidentes, quedas e curiosidades.	Seg a sex	18:30 h
TV Fama	Programa de notícias sobre famosos	Seg a sex Sábado	19:50 h 20:00 h
Superpop	Programa de auditório	Seg a sex	22:00 h
Leitura Dinâmica	Programa de variedades culturais	Seg a sex	23:45 h
Programa do Amaury Jr.	Precursor do colunismo social eletrônico, fala da vida dos famosos	Ter a sex	00:15 h
Pânico na TV	Programa de auditório que mistura humor e sátira	Domingo	18:00 h
Almoço com os Artistas	Programa sobre música brasileira	Sábado	14:30 h
Late Show	Programa de variedades que mostra tudo sobre o reino animal.	Domingo	15:30 h

Quadro 93: Entretenimento Local: Composto por programas produzidos pela emissora (Rede TV em nível Regional)

Quadro 94: Lista dos programas de Entretenimento adquiridos pela Rede TV.

Obs.: Não houve nenhum caso nesta semana específica.

#### 4. BAND TV

A TV Bandeirantes do Rio surgiu no final da década de 70. A partir da década de 90, a Bandeirantes passou a adotar uma programação mais voltada ao público feminino e à família. Atualmente, a emissora possui nomes como Carlos Nascimento (pelo menos até ontem - Rio 10/02/2006), Raul Gil, Gilberto Barros, José Luiz Datena, Otávio Mesquita, Nivaldo Prieto, Roberto Cabrini, Goulart de Andrade e Claudete Troiano.

#### BAND

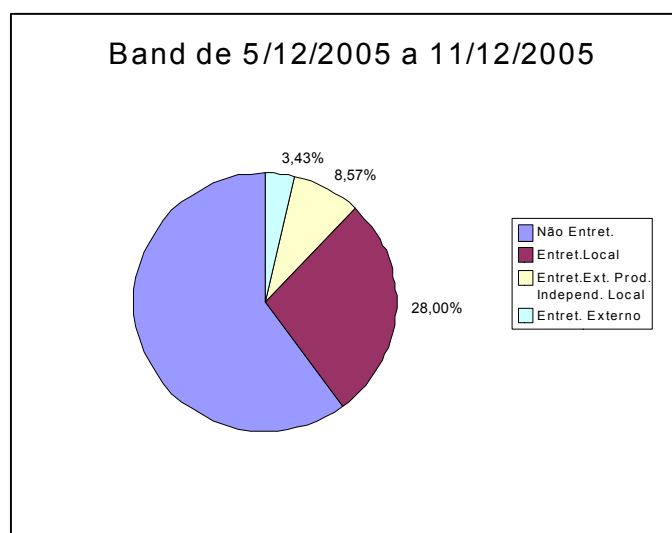


Gráfico 86

Durante a semana, menos da metade da programação veiculada é composta por programas de entretenimento. De segunda a sexta-feira, a Band transmite programas de entretenimento local e regional, entretenimento externo e entretenimento realizado por produção independente local. No final de semana, o pouco investimento em produção de entretenimento se reduz ainda mais. No sábado, o horário destinado à programação de entretenimento exclui também a participação das produções independentes. Já no domingo, a

produção de entretenimento se resume a produções de entretenimento local. Quase toda programação de entretenimento é de produção regional, pois os estúdios destinados à produção de programas de auditório e etc, estão localizados em São Paulo. Assim como acontece na Rede TV, os estúdios cariocas da BAND são destinados à produção jornalística.

Uma característica desta emissora é veicular programas de produção própria, cujos conteúdos são quase - em sua totalidade - regionais e nacionais, principalmente por se tratar de uma TV que - enquanto cabeça-de-rede . O canal distribui a sua programação de entretenimento (geralmente programas de auditório, entrevistas e, atualmente novela Floribella<sup>226</sup> ( não estava sendo exibida nesta época do estudo qualitativo) para suas afiliadas em todo o país. Além de programas jornalísticos e esportivos, a BAND apresenta grande número de programas religiosos.

Programas locais/regionais	Característica principal	Dia	Horário
Furacão 2000	Transmissão de compacto gravado durante as apresentações da equipe Furacão 2000 durante a semana anterior. Divulga os discos da gravadora, MC s e a programação de shows da Furacão 2000. Possui um bloco com entrevistas gravadas nos bailes Funk.	Seg a Sex	12:00 até 13:00 h
Beleza Pura	Apresenta a programação cultural da cidade do Rio de Janeiro	Seg a Sex	12:55 h

Quadro 95: Entretenimento Externo Produção Independente Local - Lista dos programas de Entretenimento adquiridos pela Band. Com produção alternativa local.

<sup>226</sup> A novela Floribela tem roteiro argentino e elenco brasileiro.

Programas locais/regionais	Característica principal	Dia	Horário
De Olho nas estrelas	O programa de variedades sobre famosos	Seg. A Sex.	8:40
Pra Valer	O programa de variedades sobre temas atuais	Seg a sex	15:00 h
Jogo da Vida	Programa apresentado por Márcia Goldsmith, que trata essencialmente de relacionamento seja entre namorados, familiares, amigos/tipo reality show	Domingo	17:00 h
Lances & Vexames	Programa de variedade sobre famosos	Seg a sex	20:10 h
Boa Noite Brasil	Programa de auditório.	Ter a qui	22:50 h
A Noite é uma Criança	Programa de variedades.	Seg a sab	01:15 h
Vídeos Incríveis	Exibição de vídeos reais como perseguições policiais, acidentes aéreos, batidas de carro etc.	Seg a sex Domingo	17:15 h 00:15 h
No Coração do Brasil	Este programa apresenta matérias com histórias curiosas sobre os brasileiros, suas experiências de sucesso e o lugar em que vivem.	Sextas	23:15 h
Encontro Marcado	REality show	Seg a sex	15:45 h
Sabadaço	Programa de variedades	Sábado	12:30 h
Companhia de Viagem	Programa de turismo e entretenimento	Sábado	23:30 h
Comando da Madrugada	Programa de variedades sobre moda e gastronomia	Sábado	00:30 h
Programa Raul Gil	Programa de auditório sobre música	Domingo	15:30 h
Terra Sertaneja	Apresentado por Sergio reis, O Terra Sertaneja mostra a cultura rural	Sábado	22:30 h

Quadro 96: Entretenimento Local - Composto por programas produzidos pela emissora (Band em nível Regional)

Programas	Característica principal	Dia	Horário
G4 Brasil	O G4 é um canal fechado americano que transmite 24 horas de programação sobre o mundo dos games. No Brasil o programa foi licenciado pela Espaço Digital, é o primeiro programa de televisão dedicado exclusivamente ao vídeo-game,	Seg a sex Sábado	01:10 h 23:15 h

Quadro 97: Entretenimento Externo - Lista dos programas de Entretenimento adquiridos pela Band

## 5. TV CORCOVADO/CNT

Em 28/2/92 foi adquirida a TV Corcovado, canal 9 do Rio de Janeiro. Embora seja afiliada a CNT produz a maior parte da sua programação. No ar estão os programas de entrevistas *Laços de Amor* e *Magnitiv*", os programas de variedades *Antes & Depois*, *Feiras*

& Negócios, Cassino Show e Na Mira da Fama, os jornalísticos CNT Jornal e "Programa Ferreira Netto, os musicais Gutto Morenno, Oxente Brasil e Zaccaro, o Italianissimo (programa famoso da TV Gazeta na década de 70, com o tenor Zaccaro), Fusão (para skatistas e surfistas), o automotivo Zona de Aceleração e o esportivo Mesa Redonda (não se trata do mesmo programa da Gazeta, mesmo utilizando o símbolo do Mesa Redonda, do canal 11).

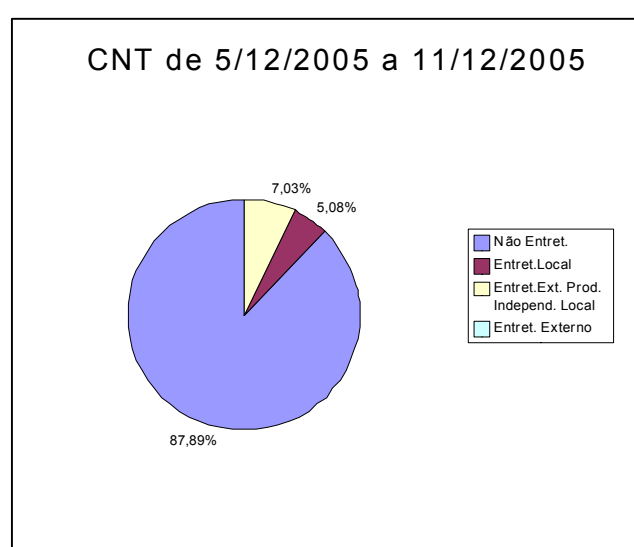


Gráfico 87

A programação de entretenimento na CNT veiculada na rede é ínfima durante a semana (5%). Esta emissora investe muito pouco em produções locais e destina praticamente o mesmo espaço para produções de entretenimento externo de produção independente local. No sábado, particularmente, a situação se agravou, pois só houve transmissão de programas de produção local (a representada pela cor bordô). Entretanto, no domingo, a programação de entretenimento cresce em pontos percentuais devido à abertura de espaço para produções independentes.

A característica da CNT é veicular uma grade lotada por um grande número de programas. Muitos deles de pequena duração (5 min.); são reprisados durante o mesmo dia e durante a semana. Há também uma grande quantidade de programas religiosos, mas poucos programas jornalísticos. Outra característica a ser levada em consideração é a enorme quantidade de programas de tele-vendas. A CNT é composta, basicamente, por programas religiosos e programas de vendas.

No que diz respeito à produção audiovisual local em TVs abertas realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999, é possível observar que o veículo apresentava cinco programas da categoria entretenimento. Um infantil, dois de variedades, um de programação adulta e um de esportes: *Cartoon Mania* (exibido de segunda a sexta às 09:00); *Programa da Lili* (exibido de segunda a sexta às 13:00) e *Show do Automóvel* (exibido aos sábados às 9:30); *Puro Êxtase* (exibido de segunda a domingo à 1:30) e o *Pescadores do Brasil* (exibido aos sábados às 8:30). Nesta apresentação é notória a existência de pelo menos um horário destinado ao público infantil, que desaparece da grade atual. Outro ponto importante concernente à CNT é que a emissora ainda destinava parte da sua programação semanal para o entretenimento e, de acordo com a grade de programação divulgada pelo jornal *O Globo*, em 2005, a faixa horária de entretenimento foi drasticamente reduzida, bem como os investimentos deste canal para a categoria estudada.

Programas Local/ Regional	Característica principal	Produção feita:: na emissora, por produtores independentes ou adquiridas pela emissora	Dia	Horário
Carvalho em Ação	Programa humorístico	Produção independente	Seg a sex	14:10 h
Glamurosa	Exibição dos shows feitos pela equipe de baile funk A Glamurosa . Entrevistas e programação de shows.	Produção feita por produtores independentes	Seg a Sex	14:30 h
Na Onda do Som	Programa musical	Produção feita por produtores independentes	Sábado	18:00h
Agito no Rio	Variedade e entretenimento com dicas sobre a agenda carioca	Produção feita por produtores independentes	Sábado	17:30 h
Na Balada	Programa independente referente à agenda da melhores casas noturnas do Brasil	Produção feita por produtores independentes	Sábado	03:20 h
Câmera em Foco	S/ informações sobre a descrição do programa	Produção feita por produtores independentes	Sábado	10:30 h
Samba de Primeira	Programa de entrevistas de pessoas ligadas ao mundo do samba carioca	Produção feita por produtores independentes	Domingo	13:00 h
Sabbá Show	Programa de entrevistas em eventos sociais como casamentos, shows	Produção feita por produtores independentes	Domingo	18:58 h

Quadro 98

## 6. SBT

A emissora paulista pertence ao Grupo de Silvio Santos que tem na categoria entretenimento a maior parte de sua programação. O SBT teve início na TV Studios, criada no Rio de Janeiro em 1976, quando o empresário e apresentador de TV Silvio Santos recebeu uma concessão de canal de TV, o canal 11 do Rio de Janeiro. Realiza constantemente mudanças na programação. Essa inconstância dos horários no SBT acaba prejudicando a emissora na hora de vender anúncios.



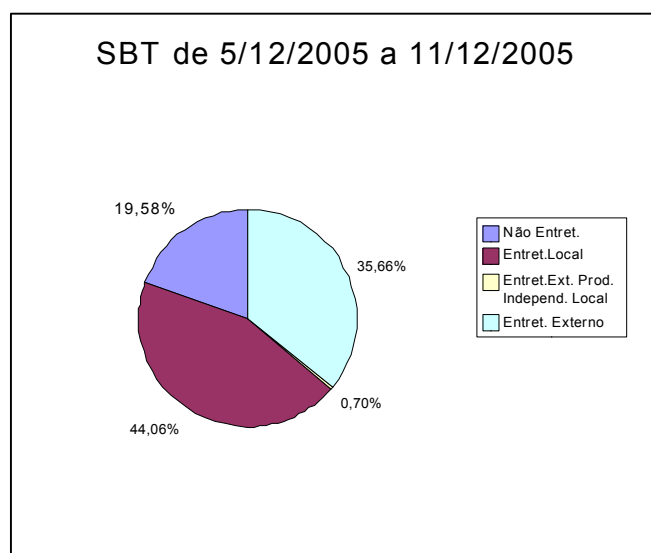


Gráfico 88

Durante a semana, a programação de entretenimento é praticamente dominante, pois detém mais de 70% da programação diária da emissora. Este quadro se confirma no final de semana quando, no sábado apenas um 7% da programação foge da categoria entretenimento. No domingo este percentual cai para 5%. O SBT investe muito em produções locais e regionais e também em produções internacionais, principalmente filmes deixando o espaço de apenas 5% (no domingo) para um programa de produção independente local.

Há um investimento importante em entretenimento vindo do exterior, particularmente no que diz respeito à compra de séries e seriados norte-americanos<sup>227</sup> que têm um espaço significativo no decorrer da semana. Em 2005, o SBT também começou a fazer investimento em jornalismo, mas seu forte ainda é o entretenimento. A emissora não exhibe programas religiosos e uma de suas características é o investimento em programas de auditório e em novelas, apesar uma parte delas serem importadas do México, Argentina ou Colômbia.

<sup>227</sup> Sobre o tema, ver o site: <http://www.paginadosilviosantos.com/pags/report/veja.htm>, que retrata toda a negociação do SBT em entretenimento. Neste link, pode-se conferir sobre o contrato milionário com a Warner Brothers e com a Disney para entretenimento e com a Warner para filmes campeões de bilheteria.

REDE SBT

Programas	Característica Principal	Dia	Horário
Canavial de Paixões	Esta novela se passa no pequeno povoado católico chamado São Bento dos Canaviais. A economia da cidade é baseada no plantio de cana e na produção de açúcar, principalmente do Grupo Usineiro Giácomo. Nesse cenário vão ocorrer encontros e desencontros, intrigas e amores	Seg a sex	15:00 h
Casos de Família	Talk show	Seg a sex	16:00 h
Programa do Ratinho	Programa de auditório	Seg a sex	17:00 h
Family Freud	Game show	Seg a sex	19:15 h
Os Ricos Também Choram	Importada -Novela que antecedeu a Café com aroma de mulher	Seg a sex	14:15 h
Xica da Silva	Novela que antecedeu a Canavial de Paixões	Seg a sex	15:00 h
Hebe	Programa de auditório	Sábado	22:30 h
Music Box	Programa produzido para a operadora de celular Oi, apresenta clipes que são escolhidos através da Internet e do envio de SMS.	Seg a sáb	01:50 h
Bom Dia & Cia.	Programa infantil com apresentação de desenhos importados	Seg a sex	09:00 h
Roda a Roda	Game show	Seg a sex	20:30 h
Charme	Programa de Variedades	Sábado	21:00 h
Planeta Turismo	Programa de turismo e lazer	Domingo	07:15 h
A Praça é nossa	Programa humorístico	Sábado	15:00 h
Meu Cunhado	Série de humor ambientada em uma família brasileira.	Domingo	14:00 h
Domingo Legal	Programa de auditório	Domingo	16:00 h

Quadro 99

7. Rede Record

Lançada em 27/09/1954, a TV Record surgiu no panorama televisivo brasileiro numa época em que apenas a TV Tupi estava no ar. Boa parte da sua programação tem um teor religioso. A produção de minisséries e telenovelas e a transmissão de novos desenhos animados norte-americanos têm sido algumas das apostas deste canal de TV de cunho religioso. Atualmente (2006), a Rede Record está investindo muito no jornalismo e teledramaturgia com suas novelas *Escrava Isaura* e *Prova de Amor*.

## Rede RECORD

Cobertura da Programação da Record Rio de Janeiro (canal 13) feita pelo jornal O Globo no período de 5 a 11 de dezembro.

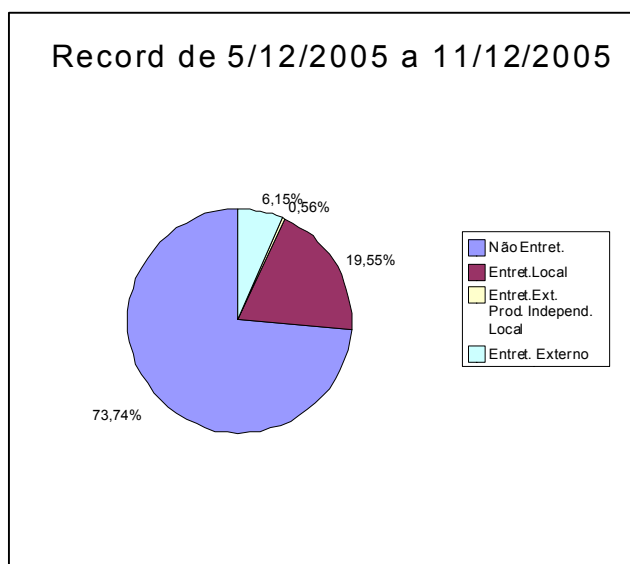


Gráfico 89

Durante a semana, inclusive no final de semana, a programação de entretenimento corresponde a um percentual menor do que 30% da exibição total da emissora. Este número sofre uma pequena alteração na sexta-feira, quando a faixa dedicada a entretenimento sobe para aproximadamente 43%, em função do aumento da abertura de espaço para produção local e da abertura de espaço para produção de um programa feito por produtores independentes. O curioso, neste caso, é que a mesma produtora independente, Verônica Costa, que faz o programa Rio 50 Graus, também tem um programa musical (com outros gêneros) para uma emissora concorrente, a Band. Na Record, uma TV religiosa, a apresentadora produz e apresenta um programa de samba, forró e funk. Já na BAND, o gênero abordado é dedica apenas ao *Funk*.

No que se refere à produção local, a emissora tem um investimento considerável. Para aquisição de programas feitos fora da emissora, também há um investimento considerável, com pode ser visto nos gráficos. Porém, tanto o investimento quanto o espaço dedicados a esta faixa de entretenimento produzido externamente é bem menor do que a produção de entretenimento local. No que tange ao espaço dado à produção independente, só há veiculação desta faixa uma vez por semana.

Uma outra característica da emissora paulista é o investimento em programas de auditório e de novelas, no que se refere a entretenimento local, pois a Record já anunciou que pretende competir com a Globo na área de produção ficcional.

Em relação ao levantamento sobre produção audiovisual local em TVs abertas realizado pela revista *Meio & Mensagem* de 1999, é possível observar que o veículo só apontou dois programas jornalísticos da TV Record existentes naquele período. Trata-se dos programas *Informe Local 1a. Edição* ( de segunda a sexta às 12h) e o *Jornalismo ao Vivo* (de segunda a sexta às 12h20). De acordo com a grade de programação divulgada pelo jornal *O Globo*, em 2005 a Record, reduziu dois para um programa de jornalismo local<sup>228</sup>.

---

<sup>228</sup> Foi mantido na grade da Rede o *Informe Rio*, atualmente com apresentação da jornalista Márcia Peltier.

REDE Record/Rio

Programas	Característica Principal	Dia	Horário
Sônia e Você	Programa de Variedades	Seg a sex	15:30 h
Prova de Amor	Novela brasileira	Seg a sáb.	19:15 h
A Escrava Isaura	Adaptação livre do romance de Bernardo Guimarães..	Seg a sáb.	21:30 h
Show do Tom	Programa de Humor	Quarta	23:30h
Tudo a Ver	Programa de Variedades	Seg a sex	17:30 h
Vida Animal	Programa de variedades sobre vida animal	Sábado	10:00 h
Rio 50 Graus	Programa musical apresentado por Verônica Costa	Sábado	11:20 h
Portal da Record			
O Melhor do Brasil	Programa de Concurso/game shows	Sábado	15:00 h
Domingo da Gente	Programa de auditório	Domingo	12:00 h
Tudo é Possível	Programa de Variedades.	Domingo	14:00 h

Quadro 100

**5.4.3 Considerações Finais**

Como o levantamento da revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local foram realizadas com algumas das TV do Estado (TV Norte-Fluminense de Campos; TV Serra+Mar de nova Friburgo; TV Planície de Campos e TV Sul Fluminense de Barra Mansa) não foi possível fazer uma avaliação comparativa com a produção local de 2005 para além da já citada na análise da TV Record e da TV Corcovado. Isso porque, na presente pesquisa o recorte do estudo foram as produções locais das TV sediadas na capital do Estado.

Sem dúvida, o Rio de Janeiro é um caso a parte a ser estudado. A cidade possui o maior complexo audiovisual da América Latina, o Projac, o que estimula as competidoras a criar ou ampliar os núcleos de produção e dramaturgia. Este é o caso da TV Record que anunciou em 2005, a intenção de concorrer com a Globo no campo da ficção. Além disso, possui um grande número de produtoras independentes produzindo audiovisuais para TV e para o cinema.

O Rio também tem ampla produção na área cinematográfica. Uma das características do Estado e, principalmente, da cidade do Rio de Janeiro é a quantidade de Escolas de Cinema, universidades, associações, revistas e produtoras ligadas a esta área. É notório o envolvimento da Prefeitura (com a Rio Filmes) e de algumas consultorias com o cinema. Dos quatro cursos de cinema do estado, três estão em pleno funcionamento na Cidade do Rio de Janeiro. Eles estão sediados na Universidade Estácio de Sá, na Universidade Gama Filho e na PUC Rio<sup>229</sup>.

Segundo o site da Universidade Gama Filho, atualmente, o público total de cinema no Brasil é de quase 100 milhões de espectadores por ano; destes, cerca de 10% são espectadores de filmes brasileiros. Por isso, a retomada da produção nacional de cinema a partir da segunda metade dos anos 90 estimulou o surgimento de uma nova geração de cineastas, além de dar novo fôlego aos profissionais já consagrados nacional e internacionalmente. Ao mesmo tempo, implicou na recuperação, ampliação e sofisticação do parque de serviços de infraestrutura cinematográfica, criando uma nova demanda de técnicos especializados. Estima-se que, hoje, a indústria do cinema brasileiro promova cerca de 4 mil empregos diretos, além de (ainda não-estimados) empregos indiretos.<sup>230</sup>

No caso do cinema, tanto as produções como as transmissões tomam outro rumo. Esta atividade cultural, que é mais direcionada para a classe média, tem se direcionado para um movimento cada vez mais expressivo e que tem dado maior exposição à relação que o povo carioca tem com o cinema. Desta forma, além da produção Universitária, existe um envolvimento efetivo do poder público através das Secretarias Culturais Estadual e Municipal,

---

<sup>229</sup> Sobre as Universidades, ver material anexo.

<sup>230</sup> <http://www.ugf.br/cursos/gprofissional/cinema.shtml>

legitimando e dando mais evidência ao aparecimento e ao crescimento do número de entidades vinculadas à produção e transmissão de Cinema que têm se proliferado na cidade carioca e cujos sites mais recomendados <sup>231</sup> são:

- Associação Brasileira de Documentaristas e Curta-metragistas: [www.abdec.com.br](http://www.abdec.com.br)
- Escola de Audiovisual Darcy Ribeiro : [www.escoladarcyribeiro.org.br](http://www.escoladarcyribeiro.org.br)
- Cooperativa Fora do Eixo: [www.foradoeixo.com.br](http://www.foradoeixo.com.br)
- Produtora Cine Buraco : [www.cine-buraco.com.br](http://www.cine-buraco.com.br)
- Revista eletrônica/ Produtora: [www.contracampo.com.br](http://www.contracampo.com.br)

Em relação ao público que vai ao cinema, há uma concentração da classe média, média alta e alta, em virtude do preço que é alto e se concentra cada vez mais nos *shopping centers*. Ainda assim, observa-se um esforço das Secretarias Municipal e Estadual que investem em projetos populares de cinema. O cinema no Rio de Janeiro ainda é caro. Contudo, de acordo com a particularidade do carioca, de criar outros caminhos já se pode apontar para algumas iniciativas dirigidas não só para a produção alternativa, como também, para a exibição alternativa. Este é o caso do Cine Santa<sup>232</sup> que, enquanto não tem sua própria sede, realiza as exibições na Igreja Anglicana do bairro de Santa Tereza.

---

<sup>231</sup>Estes sites foram selecionados e indicados por Diogo Dahl, um dos colaboradores mais atuantes da pesquisa de documentários e curta-metragens. Além disso ainda é moderador de uma lista de discussão com mais de 350 realizadores de produções de pequeno e médio portes. Segundo Dahl, ainda está na rede, o site do Curta Cinema com uma lista grande de filmes realizados em 2005.

<sup>232</sup><http://www.janelacomunitaria.com.br/m21.pdf>. O projeto é organizado pela atriz Fernanda Oliveira com o compositor Adil Tiscatti. Fernanda trabalha no grupo Estação (rede de cinemas) há mais de 10 anos, e foi justamente a ligação com o cinema e a admiração que tem pelo bairro que a motivaram a investir no projeto. Além disso, Santa Tereza não tem cinema e, como a maioria dos moradores, ela não gostava de descer as ruas do bairro para ir ao cinema. A idéia surgiu a partir de um concurso de novas idéias realizado no bairro em 2003, chamado Iniciativa Jovem, patrocinado pela Shell. O projeto do Cine Santa foi o vencedor e o dinheiro do prêmio foi todo investido na montagem do cinema, que teve sua primeira projeção em julho de 2004. As sessões costumam ter em média um público de 110 pessoas, mas apesar disso, não tem nenhum tipo de patrocínio.

## Diferenças

É possível observar nos quadros que seguem abaixo que há uma diferença substancial entre a quantidade de produções audiovisuais com distribuidora e os que possuem não possuem distribuidora.

Em 2005, entre os **filmes finalizados** no Rio de Janeiro, quatro de ficção e outros três documentários possuem distribuidora. Entre os filmes finalizados que não tiveram ajuda, estão seis obras de ficção e oito documentários.

Entre os filmes em **fase de finalização** com distribuidora estão 14 obras de ficção e um (01) documentário. Já os sem-distribuidora são quatro obras de ficção e 19 documentários.

Entre os filmes **em fase de filmagem**, apenas três obras de ficção possuem distribuidora. Do outro lado, estão um (01) filme de ficção e um (01) documentário.



Produção Cinematográfica (Finalizados não lançados/com distribuidora)

Estado: Rio de Janeiro

Região: Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Doc.	Curta	Longa	Local Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
Moro no Brasil			X		X					X		
Soy Cuba, o mamute siberiano. (Ex: Soy Cuba, um filme perdido na Guerra Fria).			X		X			X			X	
Vocação do Poder			X		X	X				X		
A máquina		X			X						X	
1972		X			X						X	
Cafundó		X			X		X			X		
Achados e Perdidos		X			X	X				X		

Quadro 101

Produção Cinematográfica (Finalizados não lançados/sem distribuidora)

Estado: Rio de Janeiro

Região: Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Doc.	Curta	Longa	Local/Regional	Nacional	Parceria	Estatual	Privado	Estrangeiro	Misto
Sarau (Brasileirinho)			X		X							
Vestido de Noiva			X		X							
No Meio da Rua			X		X							
Nossa Senhora de Caravaggio o filme		X			X							
GIANNI RATTO		X			X							
Cafundó Amazônia Misteriosa		X			X							
Depois Daquele Baile		X			X							
É Proibido Proibir		X			X							
Sol Caminhando Contra o Vento (O)			X		X							
Terra em Trânsito			X		X							
Estamira			X		X							
Olhar Estrangeiro (O)			X		X							
O FIM DO SEM FIM			X		X							
A Grande Estréia / Preto no Branco		X			X							
Parintins*				X								
Caça ao Tesouro*				X								
O Amigo Invisível*					X							

Quadro 102

OBS.: 1 - Segundo a tabela da Ancine, a duração dos filmes indicados abaixo pertencem à coluna Formato/Duração com as seguintes peculiaridades:

\*Parintins: Este filme/documentário é de média duração

\*Caça ao Tesouro: Tem o formato de Série

\*O Amigo Invisível: Tem o formato Telefilme

2 - A tabela da Ancine não apresenta dados relativos aos Tipos de Produção e Tipos de Financiamento

Produção Cinematográfica (Em finalização /com distribuidora)

Estado:Rio de Janeiro

Região:Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Local Regional	Nacional	Parceria	Estatual	Privado	Estrangeiro	Misto
	Xuxinha e Guto contra os monstros do espaço	X			X	X					X	
	Se Eu Fosse Você	X			X	X					X	
	JK - BELA NOITE PARA VOAR (EX - DE NONÔ A JK )	X			X	X					X	
	Mulheres do Brasil	X			X		X				X	
	O Mistério de Irma Vap	X			X	X					X	
	Gatão de Meia Idade	X			X	X					X	
	Passageiro (O)	X			X	X					X	
	Desafinados (Os)	X			X		X			X		
	Meteoro	X			X		X		X			
	Fica Comigo Esta Noite	X			X		X					X
	O Balé da Utopia	X			X		X			X		
	Brasília 18 Por Cento	X			X		X				X	
	RIFA-ME	X			X		X			X		
	Orquestra dos Meninos	X			X		X			X		
	Nzinga (Ex - Mutantis do Brasil - Brasil Crioulo)		X		X		X		X			

Quadro 103

Produção Cinematográfica (Em finalização /sem distribuidora)

Estado: Rio de Janeiro

Região: Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Em finalização em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	Ouro Negro A Saga do Petróleo Brasileiro	X			X							
	Cleópatra O Filme	X			X							
	AS MENINAS		X		X							
	Benguelê		X		X							
	Milton Santos ou O Mundo Global Visto do Lado de Cá		X		X							
	Condor	X			X							
	Fome		X		X							
	Faixa de Areia		X		X							
	MOVIMENTO		X		X							
	Affonso Eduardo Reidy, saudades do futuro		X		X							
	CLANDESTINOS		X		X							
	UTOPIA E BARBÁRIE		X		X							
	Olho da Rua		X		X							
	Tudo Sobre Rodas		X		X							
	EXPEDITO POETA TRABALHADOR		X		X							
	REC BEAT		X		X							
	Multiplicadores		X	X								
	Cientista Brasileiro - CELSO FURTADO*		X									
	O Olho do Canhão		X									
	Metade Sexo, Metade Mussarela*	X										
	Regatão, O Shopping da Selva*		X									
	Guerra do Paraguai*		X									
	Foliar Brasil*		X									

OBS.: 1 - Segundo a tabela da Ancine, a duração dos filmes indicados abaixo pertencem à coluna Formato/Duração com as seguintes peculiaridades:

\*Cientista Brasileiro CELSO FURTADO: Este filme/documentário é de média duração

\*O Olho do Canhão: Este filme/documentário tem o formato Telefilme

\*Metade Sexo, Metade Mussarela: Tem o formato Telefilme

\* Regatão, O Shopping da Selva : Tem o formato Telefilme

\*Guerra do Paraguai: Tem o formato Série

\*Foliar Brasil: Tem o formato Série

2 - A tabela da Ancine não apresenta dados relativos aos Tipos de Produção e Tipos de Financiamento

Produção Cinematográfica (Em filmagem/com distribuidora)

Estado: Rio de Janeiro

Região:Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	Didizinho, Seis Crianças e um Bebê	X			X		X				X	
	Angel	X			X		X				X	
	Fera Enjaulada	X			X		X			X		

Quadro 105

Produção Cinematográfica (Em filmagem/sem distriguidora)

Estado: Rio de Janeiro

Região:Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	Misto
	A Ilha dos Escravos	X			X							
	Hércules 2456		X		X							

Quadro 106



#### 5.4.4 Experiências Cinematográficas nas Universidades Cariocas

É comum se pensar em grandes verbas e grandes lançamentos da cultura nacional quando se fala em cinema. É preciso, portanto, considerar o vasto número de produções alternativas que direcionam seus esforços para trabalhos de pequeno porte, ou seja, para trabalhos que necessitam de menos verbas para chegarem ao processo de finalização e que não deixam, por isso, de ter o mesmo valor em termos de produção cultural. Quiçá, em alguns casos até com valor superior, uma vez que são feitos com maior precisão e planejamento, até mesmo por conta da falta de recursos, fator comum às produções que deixam de ter espaço na mídia. Contudo, a cidade maravilhosa tem sido palco, ou melhor, tem sido tela em diferentes tamanhos e polegadas - da renovação do cinema brasileiro.<sup>233</sup>

O Rio está repleto de iniciativas tanto convencionais como alternativas ligadas à produção cinematográfica. Para provar o fôlego da cidade para o cinema, basta falar dos 400 alunos que, todo sábado de manhã, a R\$10,00 mensais, participam do curso sobre História do Cinema Brasileiro, do professor Hermani Heffner, chefe da conservação da Cinemateca do Museu de Arte Moderna.<sup>234</sup>

É possível observar o envolvimento da Prefeitura (representada pela Rio Filmes), da Secretaria Estadual de Cultura e de várias entidades organizadas e dedicadas à cinematografia. Mas, para além deles, há uma explosão de movimentos comunitários e manifestações populares de grande valor artístico e cultural que, não apenas cumprem sua função

---

<sup>233</sup> <http://www.jornaldacidade.net/noticia.php?id=32708>

<sup>234</sup> Idem.

transformadora e criadora, também cumprem uma importante função na sociedade contemporânea: a inclusão social através da arte de fazer arte.

Com efeito, a sétima arte tem alterado a lógica dos movimentos midiáticos na cidade do Rio de Janeiro, deixando a cidade mais cerzida do que partida<sup>235</sup>. Obviamente, isto acontece por conta também do crescimento de cursos universitários e cursos direcionados para a produção audiovisual o que tem ajudado a fomentar a formação de novos profissionais e colaborado para a chegada de novas obras.

No Estado do Rio de Janeiro existem quatro universidades com curso de graduação ligado à Cinema. O mais antigo de todos é o da Universidade Federal Fluminense (UFF), conhecido por Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS). O curso de cinema da UFF é uma das especializações do curso de Comunicação Social. Para esta pesquisa foram levantadas as outras três universidades que estão em pleno funcionamento na Cidade do Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, Universidade Gama Filho e Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ).

Ao contrário da UFF, a PUC Rio tem o curso mais recente e ainda não teve tempo hábil para ter uma produção efetiva de material cinematográfico. Assim como a UFF, a

---

<sup>235</sup> O maior movimento cultural brasileiro está nas favelas cariocas, tendo à frente a galera do AfroReggae e do Nós do Morro, do Vidigal, revelando talentos como MV Bill e Tati Quebra-Barraco. A geração Odeon inventa o cinema novíssimo, marca ponto na Cinelândia, agita quase 50 cineclubes e já transformou o Festival do Rio no maior da América Latina. A Lapa de novos sambistas como Batuque na Cozinha, Moysés Marques e Cláudia Nunes revoluciona o roteiro musical do Rio, no Carioca da Gema e Rio Scenarium. E a programação de verão, com quiosques novos e delivery na areia, vai do Mundial de Skate ao Fashion Rio, dos Paralamas aos Rolling Stones, passando, é claro, pelo melhor carnaval do mundo... A cidade está menos partida e sua cultura mais democrática. O verão é carioca! <http://www.jornaldacidade.net/noticia.php?id=32716>

graduação da Pontifícia Universidade Católica, também é em Comunicação Social com especialização em Cinema.

Já as Universidades Estácio de Sá e Gama Filho, investiram na graduação em cinema. Por isso, foi possível fazer um levantamento da produção destes alunos no ano de 2005. Outra particularidade da Universidade Estácio de Sá é que a graduação em cinema funciona em dois *campi* com produção plena: o campus Tom Jobim (Barra da Tijuca) e o campus Rebouças (Rio Comprido), como pode ser observado nas tabelas abaixo. Em 2005, entre os dois *campi* foram produzidos 24 filmes de ficção e 25 documentários.

## TABELAS DE PRODUÇÃO CINEMATOGRAFICA UNIVERSITÁRA

Produção Cinematográfica/ Universitária/Estácio de Sá Rebouças

Estado: Rio de Janeiro

Região: Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Sendo Finalizada em 2005	Ficção	Documentário	Curta	Longa	Local Regional	Nac.	Parceria	Estatual	Privado	Estrangeiro	S/F
8:45		X		X		X						X
MARINHEIRO		X		X		X						X
CADEIRA DO DRAGÃO		X		X		X						X
	OPUS.NÔUMENO	X		X		X						X
	PROJETO SAPIENS	X		X		X						X
	CRÔNICA DIÁRIA	X		X		X						X
	A VIDA EM JOGO		X	X		X						X
	ARTE NA RUA		X	X		X						X
CANDIDATO CAMALEÃO			X	X		X						X
CARIOCAS DE CORAÇÃO			X	X		X						X
LADY CRISTINY			X	X		X						X
MENINOS DO CINEMA			X	X		X						X
	MIRAÇÃO		X	X		X						X
PALAVRAS E SONHOS			X	X		X						X
PARADOXO ACADÊMICO			X	X		X						X
TRASH IN RIO			X	X		X						X
CORAÇÃO DENUNCIADOR		X		X		X						X
DESEJOS INCONTIDOS		X		X		X						X
INIMIGOS		X		X		X						X
REPULSA		X		X		X						X
THANATUS		X		X		X						X
ÚLTIMO DESEJO		X		X		X						X
	AMOR	X		X		X						X
INCONSISTÊNCIA		X		X		X						X
	TALAVERA BRUCE		X	X		X						X
	PEDRA DA GÁVEA		X	X		X						X
	DE VOLTA AOS 80		X	X		X						X
	A SUA MAJESTADE		X	X		X						X

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
	3X4 SEU PEDRO E A CÂMERA		X	X		X						X
	ARTE NA PELE		X	X		X						X
	GRAFITI		X	X		X						X
	UMA TRUPE DE UMA		X	X		X						X
	QUAL É O TEMA		X	X		X						X
	VINGANÇA INJUSTA	X		X		X						X
	ENFERMEIRO	X		X		X						X
	COLAR DE DIAMANTES	X		X		X						X
	TRABALHO NOTURNO	X		X		X						X
	VIDA BANDIDA	X		X		X						X
	AUGUSTO NA PRAIA	X		X		X						X

Quadro 107: Cinema Rebouças

#### **5.4.5 Curso de Cinema Universidade Estácio de Sá**

O curso de Cinema da Universidade Estácio de Sá iniciou suas atividades em 1997 com o objetivo de formar tecnólogos em cinema em cinco semestres (dois anos e meio). A partir de 2004, passou a oferecer exclusivamente o bacharelado devido à demanda de alunos interessados em aprofundar os estudos na área e em participar de seleções de mestrado. Desde o início, no entanto, manteve-se a proposta de oferecer uma ampla carga horária prática, que atendesse claramente à formação profissional, sem deixar de lado o embasamento teórico. O curso de cinema também produz vídeos e filmes, de acordo com um projeto pedagógico que prioriza a qualidade. Todos os filmes, em película e digital, participam de festivais e mostras competitivas de cinema no Brasil e no exterior.

Produção Cinematográfica/ Universitária/Estácio de Sá Tom Jobim

Estado:Rio de Janeiro

Região:Sudeste

Obras		Gênero		Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Sendo Finalizada em 2005	Ficção	Doc.	Curta	Longa	Local Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	S/F
ELA É CARIOCA			X	X		X						X
VEDETES			X	X		X						X
SUPERSTIÇÃO			X	X		X						X
MAKING OFF			X	X		X						X
	VIVENDO DO ESPETÁCULO		X	X		X						X
FILA			X	X		X						X
NA BAINHA DA VIDA		X		X		X						X
UM DOMINGO PARA DOIS AMORES		X		X		X						X
PRENHO		X		X		X						X
ZUMBIDO,O		X		X		X						X
	TRANSTORNO (NETO E SUA AVÓ)	X										

Quadro 108: Cinema Tom Jobim

### **Curso de Cinema na Universidade Gama Filho**

No Brasil, a indústria cinematográfica retomou nesta década todo seu potencial. As produções nacionais se multiplicaram, voltaram a lotar as casas de exibição e ganharam reconhecimento internacional. Dentro deste quadro, há a possibilidade de que o aluno egresso do Curso Superior de Cinema atue em produções diversas: longa-metragens, documentários, filmes educativos e institucionais, peças publicitárias com tratamento cinematográfico etc. O curso Superior de Tecnólogo em Cinema está estruturado em cinco períodos (dois anos e seis meses) que obedecem ao calendário letivo da graduação da Universidade Gama Filho. Oferece, conforme disposto pelo Conselho Nacional da Educação, diploma de curso superior de formação específica, Decreto nº 2.208.<sup>236</sup>

---

<sup>236</sup>Todo material referente foi repassado pela equipe da própria Universidade, bem como a produção do curso.



Produção Cinematográfica/ Universitária/ Gama Filho campus Barra

Estado: Rio de Janeiro

Região: Sudeste

Obras		Gênero			Duração		Tipo de Produção			Tipo de Financiamento			
Finalizada em 2005	Produzida em 2005	Ficção	Doc.	Exp erim ental	Curta	Longa	Local Regional	Nacional	Parceria	Estatal	Privado	Estrangeiro	S/F
DELICADO		X			X								X
REFLEXO, VISCERAS E TÍMPANOS				X	X								X
O BUCHO		X			X								X
OS FILHOS DE MEDÉIA		X			X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X
					X								X

Quadro 109: Cinema Gama Filho

1. - MALU SHROEDER E FLÁVIA GUIMARÃES - FICÇÃO/MINI-DV
2. - PAULO PASSOS E WAGNER JABOUR EXPERIMENTAL / MINI-DV
3. O BUCHO - ALINE REIS - FICÇÃO/MINI-DV
4. OS FILHOS DE MEDÉIA - FICÇÃO /MINI-DV

## 2005.2

1. O ENCONTRO - BRUNO FRANKLIN E ROBERTO MACHADO - FICÇÃO/MINI-DV
2. DESPERTAR - BRUNO FRANKLIN E ROBERTO MACHADO - FICÇÃO/MINI-DV
3. A MALA - DANILO MORAES - FICÇÃO/MINI-DV
4. O LOIRO E O MOSTRO - BRUNO LAGES E MARCOS M. -FICÇÃO /MINI-DV
5. NADA - FLÁVIA GUIMARÃES - FICÇÃO/MINI-DV
6. 8 OITO - CARLOS RICARDO E EDUARDO MARINO - FICÇÃO / MINI-DV
7. R\$AMOR - HELENA LOURO E ROBERTO MACHADO - FICÇÃO/MINI-DV
8. TE AMO TE - CEDRIC AVELINE E MARCO TÚLIO - FICÇÃO/MINI-DV
9. CARRO - ANA JONES - FICÇÃO/MINI-DV
10. JOGO DE CARTAS - DANILO MORAES-FICÇÃO/MINI-DV
11. MAKING - OF "O SONHO DE GIL" - MARCOS ROZA - DOC./MINI-DV
12. SONIMHA - DANIELLA MIRANDA - FICÇÃO/MINI-DV
13. O VÔO, OLHARES, TRAVESSIA - VAGNER JABOUR - DOC/16mm
14. VOSSA EXELÊNCIA - MARCIA C. E ANDRESSA FURLETTI - FICÇÃO /35mm
15. BARCAS - SARA - DOC/MINI-DV
16. AÇÃO DA CIDADANIA - LÉO GUEDEL- DOC. E UTV(veiculação)/MINI-DV
17. GAMA FILMES -PAULO PASSOS E WAGNER JABOUR - PROGRAMA DA UTV/MINI-DV
18. CARTOLA (2 VERSÕES) - LUIZ MOREIRA FILHO -UTV E DOC./MINI-DV
19. MAKING -OFF - Veneno da Madrugada - KATXERÊ MEDINA E RAFAEL G. - DOC. E UTV/MINI-DV
20. PGM de CINEMA (VENENO da MADRUGADA) - LUIZ MOREIRA FILHO/ UTV -MINI-DV

#### 5.4.6 Apresentação Das Tvs Rj

- **TV GLOBO** Em 26/04/1965 estreou a TV Globo, canal 4 do Rio de Janeiro. É uma das cinco emissoras-chave da Rede Globo de Televisão, junto com São Paulo, Brasília, Belo Horizonte e Recife. Possui programação diversificada sendo 96% de produção própria. Detém 29 dos 30 programas de maior audiência, centralizando aproximadamente 85% de toda a verba publicitária. Possui exclusividade de transmissão dos maiores eventos esportivos e shows realizados no Brasil e no mundo.
- **TVE Brasil** considerada uma das principais TV públicas do país, foi criada no final dos anos 60. Na década de 70 tentou formar a primeira rede de TVs públicas, sem êxito. Atualmente é uma das coordenadoras da Rede Brasil de TV. Sua programação é voltada para a educação e a cultura com a maior parte de programação nacional.
- **TV BANDEIRANTES:** A TV Bandeirantes do Rio surgiu no final da década de 70. A partir da década de 90, a Bandeirantes passou a adotar uma programação mais voltada ao público feminino e à família. Atualmente, a emissora possui nomes como Carlos Nascimento (pelo menos até ontem Rio 10/02/2006), Raul Gil, Gilberto Barros, José Luiz Datena, Otávio Mesquita, Nivaldo Prieto, Roberto Cabrini, Goulart de

Andrade e Claudete Troiano. Atualmente a TG Bandeirantes resgata as transmissões esportivas com Esporte. Não possui produções locais de entretenimento.

- **TV CORCOVADO:** Em 28/2/92 foi adquirida a TV Corcovado, canal 9 do Rio de Janeiro. Embora seja afiliada a CNT produz a maior parte da sua programação. No ar estão os programas de entrevistas *Laços de Amor* e *Magnitiv*", os programas de variedades "Antes & Depois", "Feiras & Negócios", "Cassino Show" e "Na Mira da Fama", os jornalísticos "CNT Jornal" e "Programa Ferreira Netto", os musicais "Gutto Morenno", "Oxente Brasil" e "Záccaro, o Italianíssimo" (programa famoso da TV Gazeta na década de 70, com o tenor Záccaro), "Fusão" (para skatistas e surfistas), o automotivo "Zona de Aceleração" e o esportivo "Mesa Redonda" (não se trata do mesmo programa da Gazeta, mesmo utilizando o símbolo do "Mesa Redonda" do canal 11).
- **TV RECORD-RJ** - Lançada em 27/09/1954, a TV Record surgiu no panorama televisivo brasileiro numa época em que apenas a TV Tupi estava no ar. Boa parte da sua programação tem um teor religioso. A produção de minisséries e telenovelas e a transmissão de novos desenhos animados norte-americanos têm sido algumas das apostas desta estação televisiva. Atualmente (2006), a Rede Record está investindo muito no jornalismo e

teledramaturgia com suas novelas *Escrava Isaura* e *Prova de Amor*.

- **REDE TV RIO** - A Rede TV! é uma rede de televisão brasileira com sede em Barueri ( SP ). No ar desde 15/11/1999, as cinco concessões da emissora foram transferidas para o grupo empresarial liderado por Amilcare Dallevo, Marcelo Carvalho e o Banco Rural em maio de 1999, após negociações entre o Ministério das Comunicações e a então concessionária Rede Manchete, pertencente ao Grupo Bloch. A TV Ômega Ltda (Razão social da Rede TV!) tem concessões no Rio de Janeiro (Canal 6), São Paulo (Canal 9), Recife (Canal 6), Fortaleza (Canal 2) e Belo Horizonte (Canal 4). A Rede TV! é sucessora das extintas TV Tupi e TV Excelsior e também da TV Manchete, pois as concessões haviam sido originalmente da Tupi (Rio, Recife, Belo Horizonte, Fortaleza), cassadas em 1980, e da Excelsior (São Paulo), fechada em 1970. Essas concessões haviam sido dadas à Manchete, em 1981, e transferidas para a TV Ômega, em maio de 1999.
- **TV SBT** - O SBT teve início na TV Studios, criada no Rio de Janeiro em 1976, quando o empresário e apresentador de TV Silvio Santos recebeu uma concessão de canal de TV, o canal 11 do Rio de Janeiro. Realiza constantemente mudanças na

programação. Essa inconstância dos horários no SBT acaba prejudicando a emissora na hora de vender anúncios.

- **TV SENADO** A TV Senado é transmitida no Rio de Janeiro através do canal 8 das operadoras de TV a Cabo desde o dia 5 de fevereiro de 1996.
- **TV CÂMARA** - É Transmitida pelo canal 10 da NET desde o dia 10/12/2003. Com programação gerada pela Câmara de Vereadores do Rio de Janeiro.
- **TV ALERJ** - Estreou em janeiro de 2004, no canal 12, transmitindo a programação gerada pela TV da Assembléia Legislativa (Alerj). Compõe umas das 17 TVs legislativas do país.
- **TV JUSTIÇA** - TV do Supremo Tribunal Federal. Transmissão de julgamentos, telejornalismo, programas didáticos, de debates e de treinamento, além da exibição de documentários, séries e filmes e dos serviços essenciais à Justiça. É transmitida pela NET no canal 15.
- **RADIOBRÁS EMPRESA BRASILEIRA DE COMUNICAÇÃO** - Com sede em Brasília, a TV Nacional - Canal 2 é responsável pela cobertura televisiva de eventos no

âmbito do Poder Executivo, fornecendo, inclusive, noticiário sobre os principais acontecimentos nas esferas dos Poderes Legislativo e Judiciário. A emissora gera, grava e distribui imagens, disponibilizando-as, via satélite, para redes nacionais e internacionais. A TV Nacional também retransmite a programação da TV Educativa, especializada em programas educacionais, culturais, noticiários, documentários e vídeos institucionais. A programação jornalística da TV Nacional inclui noticiários nacionais e internacionais completos e abrangentes, assim como boletins de notícias locais.

- **CABO GLOBONEWS (Globocabo)** - Globo News é o canal de notícias 24 horas por dia das Organizações Globo. Criado em outubro de 1995, tem com principais noticiários o *Em Cima da Hora* e o *Jornal das Dez*. Também reapresenta programas da Rede Globo, como o *Fantástico*, o *Jornal da Globo* e o *Globo Repórter*.
- **Canal FUTURA (Globocabo)** - Canal educativo cultural criado pela Fundação Roberto Marinho outras 14 empresas que pretendem desenvolver um projeto de educação para o Brasil, segundo o site da emissora. Possui parcerias com várias TVs universitárias de diferentes regiões do país.

- **CABO GNT (Globocabo)** - Canal de voltado para o público feminino, com uma programação que traz entretenimento e informação de forma leve, moderna e bem-humorada. Apresenta em sua grade produções nacionais sobre atualidades, saúde, beleza, comportamento, decoração, moda, gastronomia e sexo. Possui 52% de programas nacionais.
- **MTV RIO** - A MTV Brasil é um canal de televisão dedicado à música e à cultura jovem. Foi ao ar pela primeira vez em 20/10/1990, resultado de um *joint venture* entre as empresas MTV Networks e o Grupo Abril. É o maior canal de música do Brasil e exibe sua programação via televisão aberta e paga (cabo e satélite). No início de suas operações, o canal exibia, na maior parte do tempo, *videoclipes* e qualquer outra programação dedicada à música. Com o passar dos anos, estas características se inverteram, e atualmente a MTV Brasil exibe uma programação prioritariamente dedicada à cultura e ao comportamento jovem. Esta tendência que o canal segue já verificada em sua matriz, bem como em todas as outras subsidiárias ao redor do mundo.
- **SPORTV (Globocabo)**: A Sport TV é um canal de televisão dedicado à transmissão direta e exclusiva, de eventos desportivos de alta competição. É o 5º canal mais visto do cabo ocupando destacadamente a liderança dos canais pagos. É



também , com alguma regularidade, o canal mais visto no cabo quando transmite jogos de futebol. Entrou em operação em 1991 inicialmente como Top Sport. Promove a cobertura completa dos principais eventos nacionais e internacionais: Copa do Mundo, Olimpíadas, Jogos Pan-Americanos, Campeonato Brasileiro de Futebol, torneios de vôlei, basquete, tênis, automobilismo e esportes radicais. Desde de 2003, o Spor TV é produzido pela divisão de esportes da TV Globo.

- **CABO MULTISHOW (Globocabo)** - Canal de entretenimento com programação musical, shows, clipes, documentários sobre celebridades, séries e eventos. Possui 42% de produção nacional.
- **CABO SONY** - O canal é um dos mais assistidos na televisão por assinatura brasileira segundo o IBOPE, sendo especializado na exibição de seriados norte-americanos e *reality shows* da mesma região. Toda a programação do canal é legendada em português e as séries mantêm o nome original, mesmo que já tenham nome próprio no Brasil. A mesma política serve para a América Latina, onde as legendas são em espanhol. A maioria dos programas tem um atraso de mais ou menos um mês em relação à estréia norte-americana. Pertence ao Sony

Entertainment Group. e suas operações no Brasil tiveram início em 4 de fevereiro de 1996.

- **CABO TNT** - Canal com transmissão de filmes, eventos especiais como a entrega do prêmios da Academia Norteamericana de cinema (*Oscar Academy Awards*), shows de música e *reality shows*. Seu sinal é transmitido para o Brasil, México e Argentina. Pode ser descrito como um canal de filmes contemporâneo voltado para telespectadores de 24 a 35 anos. Suas operações tiveram início em 1998.
- **CABO UNIVERSAL CHANNEL (Globocabo)** - Este canal foi lançado em 2001 como USA Channel sendo reformulado em setembro de 2004 passando a se chamar Universal Channel. Atinge 19 países da América Latina. O Universal Channel é o canal de televisão da Universal Studios, fruto da associação da Globosat e a NBC Universal, um dos maiores grupos de entretenimento do mundo. A sessão de filmes é selecionada a partir do acervo da Universal Studios e de outros grandes estúdios de Hollywood. Além dos filmes, a programação do canal é baseada em séries de investigação e ação, todas norteamericanas.

- **CABO WARNER CHANNEL** - O Warner Channel é um canal de televisão por assinatura disponível no Brasil e América Latina. A sua programação é de desenhos, seriados e filmes norte-americanos. Os seriados exibidos no canal são dos principais canais norte-americanos, como NBC, CBS, The WB, entre outros. O acervo de filmes é da Warner Bros. . O canal é controlado no Brasil pela HBO Brasil, mas a programação é gerada nos EUA. O canal estreou em 1996.
- **CABO AXN** - A programação do canal no Brasil e América Latina é basicamente composta de séries de ação e aventura, incluindo esportes radicais norte-americanos. O canal também exibe séries de ficção científica e filmes. Nenhuma das produções exibidas atualmente é nacional. Pertence ao Sony Entertainment Group que estreou no Brasil em fevereiro de 1996.
- **CABO FOX CHANNEL** - Canal com filmes dos estúdios 20th Century Fox, com programação original, especiais de música, séries de drama, ação, suspense, ficção científica, animação, comédias e *reality shows*. Possui uma série de produção nacional gravada no Rio de Janeiro chamada *Avassaladoras* , inspirada no filme de nome. Estreou no Brasil em 1994.

- **TV SUL FLUMINENSE Volta Redonda** - Primeira estação geradora de televisão instalada no antigo Estado do Rio de Janeiro e após a fusão do Estado do Rio com a Guanabara, primeira do interior do novo Estado. Foi ao ar pela primeira vez no dia 25 de julho de 1978. Afiliada da Rede Bandeirantes, desde sua inauguração até hoje, é a emissora que destina maior espaço de tempo para a programação local, criando oportunidades de trabalho para os profissionais da região. Há cerca de cinco anos, 1999, mais uma vez como pioneira em relação às demais emissoras de televisão do interior do país, a TV Sul Fluminense passou a gerar através do satélite Brasil Sat III, disponibilizando os sinais da sua programação em todo território nacional e também em outros países como Argentina, Paraguai, Uruguai, Bolívia e Venezuela.
  
- **FUNDAÇÃO CIDADES HISTÓRICAS Petrópolis** - Retransmissora do sinal da Tv Cultura. A programação da TV Cultura- São Paulo é transmitida, no todo ou em partes por emissoras que compõem a Rede Cultura. A transmissão é feita através do satélite Brasilsat, com frequência operacional de 4.130 MHz. A Rede Cultura atende hoje 20 estados + Distrito Federal, contando com afiliadas em 19 desses estados e no DF. Não há informações disponíveis sobre a produção local.

- **INTER TV ALTO LITORAL Cabo Frio** - Afiliada Rede Globo responsável pela cobertura das cidades de Araruama, Búzios, Arraial do Cabo, Cabo Frio, Carapebus, Casimiro de Abreu, Iguaba Grande, Macaé, Marica, Quissamã, Rio Bonito, Rio das Ostras, São Pedro D Aldeia, Saquarema e Silva Jardim. Retransmite a programação gerada pela Tv Globo do Rio de Janeiro não possuindo programação de produção própria. Foi fundada como TV Lagos, mudou o nome para TV Alto Litoral e em 2003 passou a se chamar Inter TV.
- **INTER TV PLANICIE Campos dos Goytacazes** - Afiliada Rede Globo responsável pela cobertura das cidades de Bom Jesus de Itabapoana, Cambuci, Campos dos Goytacazes, Italva, Itaperuna, Laje do Muriaé, Miracema, Natividade, Pociúncula, São Francisco de Itabapoana, São João da Barra, São José de Ubá e Varre-sai. Retransmite a programação gerada pela Tv Globo do Rio de Janeiro não possuindo programação de produção própria. Até 2003 era afiliada ao SBT.
- **INTER TV SERRA+MAR Nova Friburgo** - Afiliada Rede Globo responsável pela cobertura das cidades de Aperibe, Areal, Bom Jardim, Cachoeiras de Macacu, Cantagalo, Carmo, Cordeiro, Duas Barras, Itaocara, Macuco, Nova Friburgo, Petrópolis, Santa Maria Madalena, Santo Antônio de Pádua, São José do Vale do Rio Preto, São Sebastião do Alto, Sumidouro e

Teresópolis. Retransmite a programação gerada pela Tv Globo do Rio de Janeiro não possuindo programação de produção própria.

- **TV RIO SUL Resende** - Afiliada Rede Globo responsável pela cobertura das cidades de Angra dos Reis, Barra do Pirai, Barra Mansa, Comendador Levy Gasparian, Engenheiro Paulo de Frontim, Itatiaia, Mendes, Miguel Pereira, Paracambi, Paraíba do Sul, Parati, Paty do Alferes, Pinheiral, Pirai, Porto Real, Quatis, Resende, Rio Claro, Rio das Flores, Sapucaia, Três Rios, Valença, Vassouras e Volta Redonda. Retransmite a programação gerada pela Tv Globo do Rio de Janeiro. Possui apenas um programa que é produzido localmente *Rio Sul Revista*.
- **FUNDAÇÃO VENEZA DE RÁDIO E TV EDUCATIVA** - Mesmo estando registrada ao Ministério das Comunicações, não há registro de atividades desta fundação.
- **FUNDAÇÃO VILA REAL** - Mesmo estando registrada ao Ministério das Comunicações, não há registro de atividades desta fundação.

- **PREFEITURA MUNICIPAL DE VOLTA REDONDA** - Possível retransmissora do sinal da Tv Cultura. Não há registro de atividades desta fundação embora a praça conste na cobertura da Tv Cultura.
- **FUNDAÇÃO EDUCATIVA DE RADIODIFUSÃO FUTURA** - Possível retransmissora do sinal da Tv Cultura. Não há registro de atividades desta fundação embora a praça conste na cobertura da Tv Cultura.
- **FUNDAÇÃO UNIVERSO** - Mesmo estando registrada ao Ministério das Comunicações, não há registro de atividades desta fundação.
- **FUND. CULTURAL DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA DA REGIÃO DOS LAGOS** - Possível retransmissora do sinal da Tv Cultura. Não há registro de atividades desta fundação embora a praça conste na cobertura da Tv Cultura.
- **FUND. CULTURAL DE RADIODIFUSÃO EDUCATIVA COSTA DOURADA** - Possível retransmissora do sinal da Tv Cultura. Não há registro de atividades desta fundação embora a praça conste na cobertura da Tv Cultura.

- **TV SBT Interior** - Retransmissora do sinal gerado a partir do SBT do Rio de Janeiro.
- **TV CIDADE IMPERIAL Petrópolis** - A TV Cidade Imperial é a retransmissora da TVE, no canal 2 da Zei Sat TV a Cabo Local. Possui programação com produção local
- **TV NORTE FLUMINENSE Campos dos Goytacazes** - Afiliada a Rede Record desde 1997. Retransmite a programação gerada em São Paulo.



## 5.5 SÃO PAULO

### 5.5.1 Introdução

As estatísticas de qualquer atividade econômica no Brasil estão sujeitas a vários graus de confiabilidade devido ao grande número de atividades informais em todas os setores que geram emprego e renda. Comércio, pequenas indústrias e serviços são implantados em todo o país, muitas vezes, sem o devido registro oficial, o que dificulta um perfil exato do segmento econômico analisado.

Em um mercado como São Paulo, o maior da União em arrecadação, é de se esperar uma concentração de serviços de radiodifusão bastante acentuada pelas cabeças-de-rede que se instalaram na Capital. O grande número de emissoras de rádio e televisão instaladas na cidade de São Paulo e que transmitem os sinais para todo os 645 municípios do Estado de São Paulo, compõem a maior concentração de geradoras<sup>237</sup> em uma só cidade de toda a América Latina. Divulgadas pela fonte primária da pesquisa, o jornal *O Estado de S.Paulo*, publica diariamente a programação de 13 TVs abertas e 29 pagas, totalizando 42 TVs paulistas, todas sediadas no maior complexo urbano da América Latina. Mas a Anatel (Agência Nacional de Telecomunicação) registra número ainda maior: 97 emissoras no Estado de S.Paulo somente em UHF e VHF, ou seja, TVs com autorização para produzir e gerar conteúdo próprio.

Além disso, a cidade de São Paulo também é a sede da maioria das emissoras nacionais e estrangeiras, abertas e pagas, do Brasil. Por questões econômicas, técnicas, de logística e de

---

<sup>237</sup> A Anatel – Agência Nacional de Telecomunicações – outorga as concessões para geradoras, transmissoras, retransmissoras e repetidoras de sinais.

produção, todas as redes de TVs abertas e pagas do Brasil mantém estúdios, escritórios ou representação na capital paulista. O grande número de agências de propaganda sediadas na capital também atraem as empresas de radiodifusão para venderem seus espaços na programação.

Razão Social	Lic. (S/N)	Localidade Estúdio	Canal	Classe PBTv
TV OMEGA LTDA	( S )	Barueri	9+	E
TVSBT CANAL 4 DE SAO PAULO S/A	( S )	Osasco	4+	E
ABRIL RADIODIFUSAO S/A	( S )	São Paulo	32	E
ABRIL RADIODIFUSAO S/A	( S )	São Paulo	32	E
CANAL BRASILEIRO DA INFORMACAO CBI LTDA	( S )	São Paulo	16	E
CANAL BRASILEIRO DA INFORMACAO CBI LTDA	( S )	São Paulo	16	E
FUNDACAO CASPER LIBERO	( S )	São Paulo	11	E
FUNDACAO EVANGELICA TRINDADE	( S )	São Paulo	53+E	E
FUNDACAO EVANGELICA TRINDADE	( S )	São Paulo	53+E	E
FUNDACAO PADRE ANCHIETA	( S )	São Paulo	2-E	E
GLOBO COMUNICACOES E PARTICIPACOES S. A. (GLOBOPAR)	( S )	São Paulo	5	E
RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES LTDA	( S )	São Paulo	13-	E
RADIO E TELEVISAO RECORD S.A	( S )	São Paulo	7	E
REDE 21 COMUNICACOES LTDA	( S )	São Paulo		

Quadro 110: Emissoras de TV UHF e VHF que transmitem para a cidade de S.Paulo

Serviço: 167 (ESPECIAL DE TELEVISAO POR ASSINATURA em SÃO PAULO)

Razão Social	Lic. (S/N)	Localidade Estação
ABRIL S/A	( S )	São Paulo

PAULISTA METRO-TVA LTDA	( S )	São Paulo
PIRA SOM & IMAGEM LTDA	( S )	São Paulo
TELEVISAÇÃO SHOW TIME LTDA	( S )	São Paulo

Quadro 111

Razão Social	Lic. (S/N)	Localidade Estúdio	Canal	Classe PBRTV	Carater
CABLE-LINK OPERADORA DE SINAIS DE TV A CABO LTDA	( N )	São Paulo	14-	E	P
FUNDACAO EVANGELICA BOAS NOVAS	( N )	São Paulo	44	A	S
RADIO ELDORADO LTDA	( N )	São Paulo	36	A	G
REDE MULHER DE TELEVISAO LTDA	( S )	São Paulo	42-	E	P
TELEVISAÇÃO INDEPENDENTE DE SAO JOSE DO RIO PRETO LTDA	( S )	São Paulo	34-	E	P
TELEVISAÇÃO RECORD DO RIO DE JANEIRO LTDA	( N )	São Paulo	61	A	S

Quadro 112

Fontes: ABTA, Ministério das Comunicações, Anatel, ABERT

Esta concentração poderia sugerir uma dificuldade de fiscalização mas, ao contrário do que ocorre em outras regiões, a quantidade de sinais facilita identificar imediatamente as interferências em canais regulamentados. As transmissões clandestinas existem e são em grande número, tanto para rádio (principalmente FM) quanto para TV (somente em UHF). Mas os próprios donos de concessões oficiais fazem a denúncia de sinais clandestinos à Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel), pois são prejudicados pela invasão de seus territórios de abrangência concedido pelo Ministério das Comunicações. Por exemplo, em São Paulo, capital, não há mais espaço no espectro para rádios FM e qualquer rádio pirata que se instalar vai invadir alguma rádio regulamentada. Para TVs, as emissoras que transmitem em VHF são todas cabeças-de-rede e estão alocadas nos canais 2, 4, 5, 7, 9, 11 e 13, ou seja, preenchem quase todo o espectro destinado a esta frequência o que impossibilita a ação de clandestinas.

Em UHF, frequência que oferece as últimas chances para novos grupos de TV disputarem concessões e iniciar suas transmissões, o espectro que vai de 14 a 99 já está apertado para o número de TVs que se lançam nos mais diversos segmentos. Existem canais educativos, religiosos, comunitários, públicos e uma maioria de emissoras comerciais (apesar de terem, inicialmente, obtido concessões para canal educativo) que disputam desde grandes anunciantes até o pequeno comércio de bairro.

### 5.5.2 Cidade de S.Paulo - Análise da programação da TV aberta VHF e UHF<sup>238</sup>

TV	PRODUÇÕES ESTRANGEIRAS	PRODUÇÕES NACIONAIS
Cultura	34%	66%
SBT	72%	28%
Globo	16%	84%
Record	17%	83%
Rede TV	4%	96%
Gazeta	0%	100%
Band	15%	85%
Rede 21	90%	10%
CNT	0%	100%
MTV	6%	94%
Rede Vida	0%	100%
Canção Nova	0%	100%
Rede Mulher	1%	99%

Quadro 113<sup>239</sup>:: Porcentagem de Programas de entretenimento nas TVs abertas da cidade de S.Paulo

A **TV Cultura** de São Paulo, canal 2 é uma fundação de direito privado do governo do Estado de São Paulo voltada para a educação e a cultura. Ela é emissora da Fundação Padre Anchieta Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativas e apresenta 63% da programação com programas de entretenimento. Variedades aparecem com 20% e infantis

<sup>238</sup> Fonte primária: Jornal O Estado de S.Paulo semana de 5 a 11 de dezembro de 2005

<sup>239</sup> Devido a quantidade de emissoras de TV em São Paulo, optamos por não apresentar os gráficos de produção de programas de entretenimento TV, mas oferecer um quadro geral do panorama paulista.

nacionais com 10% formam os dois gêneros que ocupam próximo de um terço de toda a programação da emissora. É também a emissora aberta que lidera em apresentações de filmes nacionais, com 7% da programação.

No **SBT Sistema Brasileira de Televisão**, canal 4, do empresário Silvio Santos. O canal permanece fiel às origens de produzir programas de entretenimento popular. 81% dos programas pertencem a esta categoria. Seriados, aparecem com 26%, e Variedades, com 18%, mais os 20% de novelas, todas estrangeiras, ultrapassam os 50% da programação da emissora que tem a cabeça-de-rede na capital paulistana.

A **TV Globo**, canal 5, com sede no Rio de Janeiro, porém com várias produções em S.Paulo, apresenta 52% da sua grade com programas de entretenimento. Desses, 10% são de filmes nacionais e os 15% de novelas apontam para a maior produção e exibição de ficção nacional entre as TVs paulistanas. Os programas nacionais de variedades, que somam 13 % juntamente com os 3% de programas infantis nacionais tornam a TV líder de audiência e de produção audiovisual nacional. Uma ressalva fica para a programação infantil com apresentadora brasileira e desenhos estrangeiros, prática também identificada em outras TVs no gênero infantil.

A **TV Record**, canal 7, emissora ligada a um grupo religioso, já aponta a diminuição da quantidade de programas de entretenimento, 43%, em virtude da grande quantidade de programas religiosos. Variedades aparecem com 22% e telenovelas com 11% revelam os investimentos recentes para obter maior participação na audiência da capital e do Brasil, já que São Paulo é a cabeça-de-rede da emissora. Esses dois gêneros refletem um aumento das

produções nacionais e, principalmente, na ficção televisiva. Os 2% de seriados que aparecem na programação, todos são estrangeiros.

A **Rede TV!**, canal 9, apresenta baixo índice na categoria entretenimento com 34% devido ao tempo da emissora vendido para programas de tele-compras. Variedades aparecem com 4% e seriados com 7%. Os dois tipos de programas estão em pólos opostos: o primeiro inteiramente nacional e o segundo somente programas estrangeiros. A Rede TV!, com sede em Barueri, na grande São Paulo, utiliza o mesmo canal que pertenceu à extinta Rede Manchete e TV Excelsior.

A **TV Gazeta**, canal 11, da Fundação Cásper Líbero, exibe 24% de programas de entretenimento. Todos são do gênero variedades e não foi identificado nenhuma produção de ficção ou filme nacional. Os principais programas da emissora da Av. Paulista são os gêneros esportivo e telejornalismo, que ficaram de fora deste mapeamento, voltado para a categoria entretenimento. A maior parte da programação é coberta pela venda de horários para grupos religiosos e tele-compras.

A **TV Bandeirantes**, ou Band, canal 13, exibe programas de entretenimento em 27% da programação. Variedades, com 14%, e infantis, com 5%, são os dois gêneros de maior evidência, sendo o primeiro totalmente nacional e o segundo, na maioria, constituída de desenhos estrangeiros apenas com apresentador brasileiro. Filmes nacionais representam 1% da programação. O grupo vende grande parte da programação para grupos religiosos e telecompras, a exemplo de várias TVs paulistas. A Band TV é uma empresa familiar (Família Saad) que permanece fiel ao grupo que começou com uma rádio em 1948 e iniciou as transmissões de TV na década de 60 em São Paulo.

A **Rede 21**, outra TV do grupo Bandeirantes, canal 21 em UHF, aumenta para 45% a exibição de entretenimento, ganhando nesta categoria da principal TV do grupo. 33% são compostos de seriados importados e 7% de programas de variedades. Os filmes nacionais ocupam apenas 1% da grade, menos do que os desenhos estrangeiros, com 3%. A missora investe no jornalismo, com boa parte de imagens obtidas das emissoras do grupo.

A **CNT**, canal 26, é uma nova TV que apresenta 13% do seu pouco tempo de exibição diária com programas de entretenimento. 12% são programas de variedades e menos de 1% é composto de programas musicais religiosos. Os programas de tele-compras preenchem a maior parte da grade, seguido de programas religiosos.

A **MTV**, canal 32, inaugurou a faixa UHF na cidade de São Paulo com programação principalmente musical, apresenta alta porcentagem de entretenimento: 85% da programação. Nesses, 39% são de formatos de variedades voltados para o público jovem e 31% são musicais alternando produções de *clips* nacionais e estrangeiros. A MTV faz parte do Grupo Abril e também produz jornalismo e esportes também voltados para o jovem.

**Rede Vida**, canal 34, é um canal católico que concentra nos 29% de entretenimento da sua programação quase integralmente de conteúdo nacional, sendo grande parte de conteúdo religioso, com 20% através do gênero variedades. Os programas de música são 5% da programação. Debates e jornalismo não foram objeto de estudo, porém notou-se uma significativa quantidade produção nacional.

A **TV Canção Nova**, canal 40 é outra TV com cabeça-de-rede em S.Paulo. Dedicada apenas 19% da programação para o entretenimento, justificados pela proposta da rede que é

de evangelizar e atender aos anseios da Igreja Católica. Dentro deste propósito, consegue produzir quase 100% de conteúdo nacional, sendo 10% do gênero variedades, 6% de infantis e mais 2% de musicais, também religiosos.

A **Rede Mulher**, canal 42, primeira rede de TV segmentada voltada para o público feminino, ocupa 27% da programação com entretenimento. Variedades é o gênero principal, com 26%. Os programas de debates, jornalismo, entrevistas somam muito mais do que o 1% de filmes nacionais exibidos no período pesquisado. As mulheres e homens que assistem ao canal, tem disponível produções nacionais praticamente em toda a programação local.

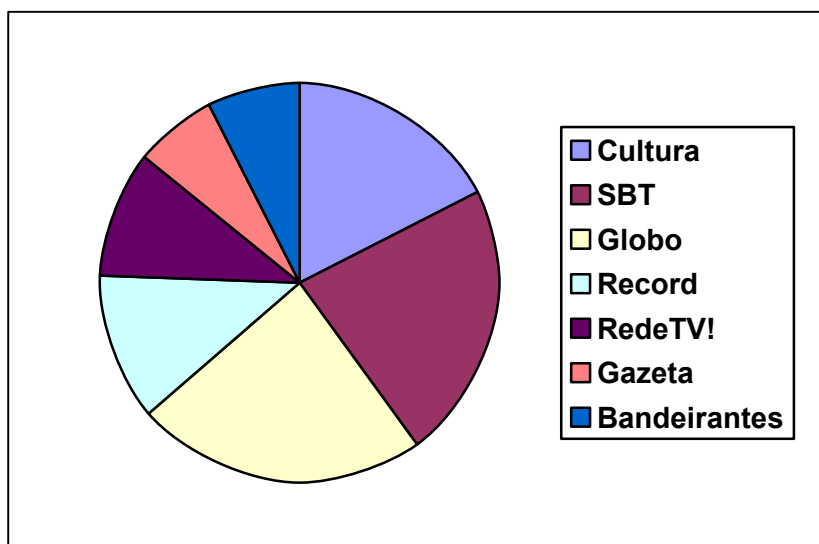


Gráfico 90: Quantidade de programas de entretenimento nas TVs VHF em S.Paulo, Capital



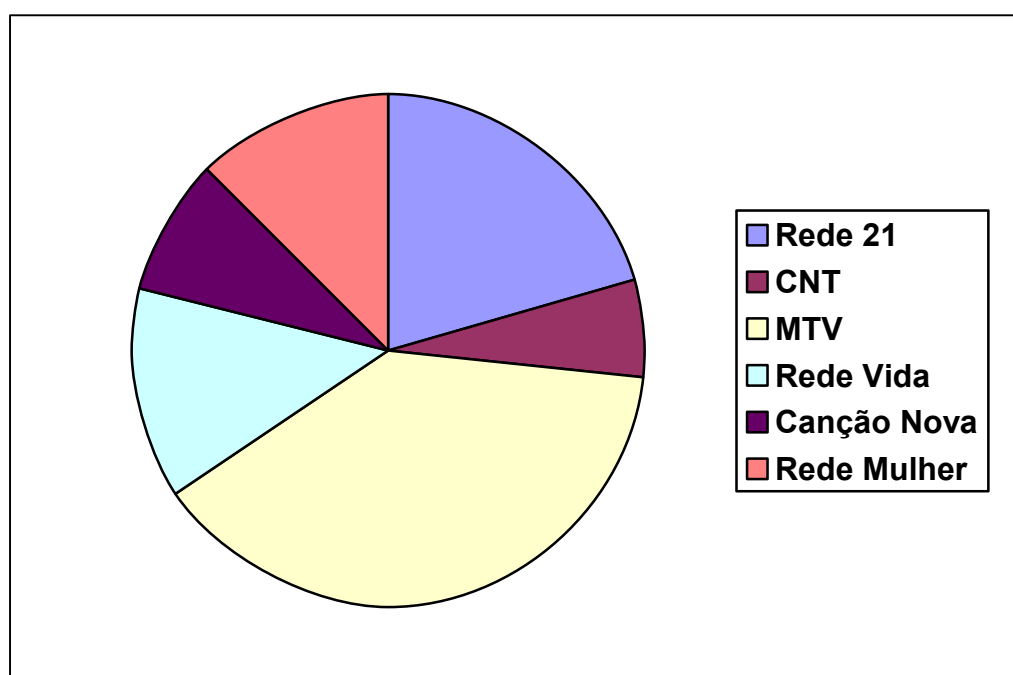


Gráfico 91: Quantidade de programas de entretenimento nas TVs UHF em S.Paulo, Capital

### 5.5.3 Perfil Das Tvs Abertas Vhf E Uhf Da Cidade De S.Paulo - Cidade de S.Paulo - Análise da programação da TV por assinatura

A pesquisa qualitativa da programação das TVs por assinatura com sede na cidade de S.Paulo que transmitem para todas as operadoras, mereceria uma pesquisa à parte devido à complexidade do mercado paulista. Os números são incalculáveis quando se trata de definir a duração em minutos dos programas nacionais e importados. Somente na fonte primária, o jornal O Estado de S.Paulo, estão divulgadas as programações de 29 TVs por assinatura oferecidas nos pacotes das programadoras. Por isso, nesta pesquisa o trabalho de pesquisa qualitativa sobre TVs por assinatura (TVAs) se restringiu aos quatro meses estudados a partir da operadora com maior penetração: a Net Serviços, como é possível observar no capítulo sobre TVAs.

Não fazem parte da programação publicada no jornal O Estado de S.Paulo as TVs públicas, legislativas, comunitária e universitária, todas com 100% da programação produzida em S.Paulo. A TV Assembléia, da Assembléia Legislativa de SP, a TV Câmara dos Vereadores da cidade de S.Paulo, o Canal Comunitário de S.Paulo e o Canal Universitário, todos sediados na capital, preenchem grande parte da programação com programas de debates e entrevistas. São raros os programas da categoria entretenimento, limitando-se a exibir *clips* e musicais e alguns filmes nacionais históricos e documentários cedidos por outras TVs.

Para uma análise completa seria necessário mais de uma fonte primária, além das programações que foram ao ar na semana pesquisa, de 5 a 11 de dezembro.

Uma identificação gráfica nos permite visualizar as fatias do mercado:

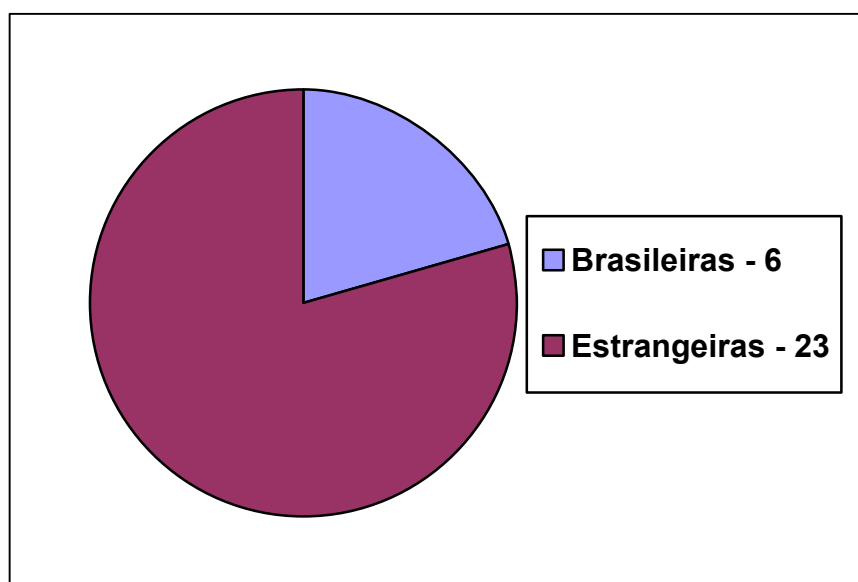


Gráfico 92: TVs pagas na cidade de S.Paulo (programação publicada no OESP)

### 5.5.4 Perfil Das Tvs Pagas Da Cidade De S.Paulo<sup>240</sup>

Nome da TV/ Independente ou afiliada	Quando surgiu (ano)	Proprietários	Outras emissoras e investimentos do grupo	Característica da programação
<b>Animal Planet</b>		Discovery Communications Inc. Participação da BBC e Discovery NetWorks		Documentários, programas de ação, aventuras e historias sobre o reino animal.
<b>Band News</b>	2001	Grupo Bandeirantes	TVC, Band Music, Primeira Mão, rádios AM e FM, Internet. Fazendas em Mato Grosso do Sul, pecuária e imobiliária.	Notícias
<b>Band Sports</b>		Grupo Bandeirantes.	TVC, Band Music, Primeira Mão, rádios AM e FM, Internet. Fazendas em Mato Grosso do Sul, pecuária e imobiliária.	Canal esportivo, produções nacionais.
<b>Canal Brasil</b>	1998	<i>joint-venture</i> entre a Globosat e o Grupo Consórcio Brasil, formado por Luiz Carlos Barreto, Zelito Viana, Marco Altberg, Aníbal Massaini e Roberto Faria e Paulo Mendonça.		Canal de TV por assinatura inteiramente dedicado às produções audiovisuais brasileiras.
<b>Cartoon Network</b>	1993	Grupo Time Warner		Desenhos animados, canal comercial, direcionado ao público infantil.
<b>ESPN Brasil</b>	1995	ESPN Internacional		<b>Esportes. Foi a primeira emissora da ESPN criada fora dos Estados Unidos.</b>
<b>Futura</b>	1997	Grupo de empresas privadas, entre as quais as Organizações Globo e Votorantim.		Entretenimento, cultura e lazer.
<b>Globo News</b>		Outras TVs fechadas (Globo News, Sport TV), Radio Globo, Site, Revistas, Jornal, Gravadora.	Globo Marcas, Globo Filmes, Som Livre, Globo Empreendimentos Temáticos, Globo.com (portal) , emissoras de rádio e TV, Rádio CBN, Jornal O Globo.	Notícias
<b>GNT</b>	1999	Organizações Globo	TVs fechadas (Globo News, Sport TV) , Radio Globo, Site, Revistas, Jornal, Gravadora. Globo Marcas, Globo Filmes, Som Livre, Globo Empreendimentos Temáticos, Globo.com, emissoras de rádio e TV, Rádio CBN, Jornal O Globo.	O GNT entretenimento sobre atualidades, saúde, beleza, comportamento, decoração, moda, gastronomia e sexo. Possui 54% de programação nacional
<b>Multishow</b>		Organizações Globo	TVs fechadas (Globo News, Sport TV) , Radio Globo, Site, Revistas, Jornal, Gravadora. Globo Marcas, Globo Filmes, Som Livre, Globo Empreendimentos Temáticos, Globo.com, emissoras de rádio e TV, Rádio CBN, Jornal O Globo.	Canal de entretenimento, musical, shows, clipes, séries e eventos. Possui 42% de programação nacional
<b>NGT</b>	2003			Documentário, musical, culinária, cultura em geral.
<b>REDE TELECINE</b>		Parceira entre a Globosat e os quatro maiores estúdios de Hollywood Paramount, MGM, Universal e Fox e acordo de exclusividade para exibição dos títulos da Dreamworks.	Produção e distribuição de filmes	Cinco canais de filmes diferentes: Telecine Premium, Telecine Action, Telecine Pipoca, Telecine Emotion e Telecine Cult. A cobertura dos festivais e as notícias do mundo do cinema também estão na Rede Telecine, no Programa Cineview

<sup>240</sup> Este quadro não representa a totalidade das TVs pagas disponíveis nas operadoras e programadoras da cidade de S.Paulo. Ele se restringe a uma mostra da programação, publicada pelo jornal *O Estado de São Paulo*. A lista de canais completa pode ser obtida no site da Associação Brasileira das TVs por assinatura - [www.abta.com.br](http://www.abta.com.br)

Nome da TV/ Independente ou afiliada	Quando surgiu (ano)	Proprietários	Outras emissoras e investimentos do grupo	Característica da programação
<b>RIT Rede Internacional de Televisão</b>		Igreja Internacional da Graça do pastor RR Soares	Emissoras de TVs, Rádios, vendas de produtos, templos religiosos, Graça Music, Graça Editorial	Apresenta programas religiosos e de entretenimento
<b>Shop Tour</b>	1987	Luiz Antonio Cury Galebe	Marcas e distribuição	Tele-vendas
<b>SPORT TV</b>		Organizações Globo	TVs fechadas (Globo News, Sport TV) ,TV aberta, Radio Globo, Site, Revistas, Jornal, Gravadora. Globo Marcas, Globo Filmes, Som Livre, Globo Empreendimentos Temáticos, Globo.com, emissoras de rádio e TV, Rádio CBN.	Esporte e eventos nacionais e internacionais
<b>TERRA VIVA</b>		Grupo Bandeirantes	TVC, Band Music, Primeira Mão, rádios AM e FM, Internet, outras emissoras. Pecuária e ramo imobiliário	Agronegócios e agropecuária.
<b>TV RÁ-TIM-BUM</b>	2004/ 2005	Fundação Padre Anchieta	Rádio Cultura AM e FM e TV Cultura. Rede Empresa, Cultura Marcas	Primeiro canal infantil brasileiro. Também apresenta uma programação direcionada a professores.
<b>TV da Gente</b>		Grupo Bandeirantes e José de Paula Neto (Netinho)	TVC, Band Music, Primeira Mão, rádios AM e FM, Internet, outras emissoras. Pecuária e ramo imobiliário	Apresenta programas musicais , esporte, e entretenimento
<b>TV SENADO</b>	1996	Estatal Congresso Nacional		Política
<b>Universal Channel</b>		Universal Studios (associação da Globosat e NBC Universal)	TVs abertas, canais a cabo, programadora e operadora de canais a cabo	Canal de televisão da Universal Studios, fruto da associação da Globosat e a NBC Universal, um dos maiores grupos de entretenimento do mundo. Acervo da Universal Studios e de outros grandes estúdios de Hollywood.

Quadro 114: TVs Pagas Que Transmitem Em Operadoras De São Paulo<sup>241</sup>

### 5.5.5 Considerações Sobre Cinema

A tabela com os dados da Agência Nacional do Cinema (Ancine) referente aos 30 filmes produzidos em São Paulo destacam a predominância dos longas de ficção, com 21 filmes. O conteúdo regional está presente na maior parte das produções e também nos nove documentários que recebem verbas federais e investimentos privados. Isto evidencia o gosto do público pelos temas nacionais quando a produção é brasileira, algo que se repete quando as produções nacionais aparecem na TV, sejam em forma de novelas, séries ou filmes. Os

<sup>241</sup> TVs que constam na programação da fonte primária, jornal O Estado de S.Paulo, de 5 a 11/01/2006.

documentários levam a sério a tese do Cinema-Verdade e tratam de temas locais, mas com projeção nacional e internacional.<sup>242</sup>

As empresas se aproveitam das leis que oferecem vantagens e investem com o intuito de verem suas marcas numa veiculação nacional e, algumas produções, internacional. Com apenas dois filmes de curta duração, os setores estatal e privado ainda menosprezam um segmento no qual estão os novos talentos e pequenos grupos produtores voltados para um público restrito. Poucas parcerias com o setor privado aparecem no quadro do ANCINE em 2005. Apenas duas produções têm investimentos estatais e privados; o restante, 28 filmes, receberam com verba das estatais.

O Programa de Fomento ao Cinema Paulista atraiu o investimento não só das empresas estatais, mas também da iniciativa privada. É importante lembrar da importância do cinema para a economia paulista. Uma única produção exige uma complexa cadeia que emprega, direta e indiretamente, cerca de 300 pessoas.

Transformar um filme em produto cultural vendável exige uma política industrial e uma estratégia econômica adequada para que se consiga enfrentar a concorrência no mercado interno, hoje ocupado pelas produções norte-americanas, bem como conquistar colocação internacional.<sup>243</sup> O cinema paulista já trabalha nesse sentido. Somente com a criatividade dos roteiristas, a chancela do Governo e o interesse do empresariado paulista o setor ganha pontos a seu favor para se fortalecer, embora ainda tenha um longo caminho a percorrer. Mas são raras as produções independentes que ganham destaque nacional e menos ainda as

---

<sup>242</sup> RAMOS, Fernão Pessoa. *Cinema-Verdade no Brasil*. In TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (org.). Documentário no Brasil: Tradição e transformação. São Paulo: Summus, 2004. p. 81.

<sup>243</sup> [www.saopaulo.sp.gov.br/cultura](http://www.saopaulo.sp.gov.br/cultura). Acesso em fev 2006.

experiências internacionais de projeção sem os acordos necessários com as grandes distribuidoras.

**Produção Cinematográfica**

Fonte: ANCINE

Estado: SÃO PAULO

Região: SUDESTE

<i>Obras</i>		<i>Gênero</i>		<i>Duração</i>		<i>Tipo de Produção</i>			<i>Tipo de Financiamento</i>			
<i>Finalizada em 2005</i>	<i>Produzida em 2005</i>	<i>Ficção</i>	<i>Documentário</i>	<i>Curta</i>	<i>Longa</i>	<i>Regional</i>	<i>Nacional</i>	<i>Parceria</i>	<i>Estatal</i>	<i>Privado</i>	<i>Estrangeiro</i>	<i>Misto</i>
	Aborto Legal		X	X		X			X			
	Antes da Noite	X			X	X			X			
	Cão Sem dono	X			X	X			X			
	Cidade dos Homens - O Filme	X			X	X			X			
	Condomínio Jaqueline	X			X	X			X			
	Infância Roubada	X			X	X			X			
	Lutas <sup>244</sup>											
	Brasília Paulista		X	X		X				X		
	Lucineide falsa loura	X			X	X						X
	Nossa Vida não Vale um Opala	X			X	X			X			
	O Drama das Secas		X		X	X			X			
	O Passado	X			X	X			X			
	Reflexões de um Liquidificador		X		X	X			X			
	Um Dia	X		X		X			X			

<sup>244</sup> Não foi encontrada referência

<i>Obras</i>		<i>Gênero</i>		<i>Duração</i>		<i>Tipo de Produção</i>			<i>Tipo de Financiamento</i>			
<i>Finalizada em 2005</i>	<i>Produzida em 2005</i>	<i>Ficção</i>	<i>Documentário</i>	<i>Curta</i>	<i>Longa</i>	<i>Regional</i>	<i>Nacional</i>	<i>Parceria</i>	<i>Estatal</i>	<i>Privado</i>	<i>Estrangeiro</i>	<i>Misto</i>
	<b>Antônia</b>	X			X	X			X			
	<b>Ato dos Homens</b>	X			X	X			X			
	<b>Boleiros II</b>	X			X	X			X			
	<b>De Olhos Bem Abertos</b>		X		X	X			X			
	<b>Garoto Cósmico</b>	X			X	X			X			
	<b>Musicagem</b>	X			X	X			X			
	<b>O Cheiro do Ralo</b>	X			X	X				X		
	<b>O Dia em Que o Brasil Esteve Aqui</b>		X		X		X		X			
	<b>O Poeta da Vila</b>	X			X		X		X			
	<b>Onde Andará Dulce Veiga</b>	X			X	X			X			
	<b>Os Doze Trabalhos</b>	X			X	X			X			
	<b>A ilha do terrível Rapaterra</b>	X			X	X			X			
	<b>A Margem do Concreto</b>	X			X	X			X			
	<b>Família Alcântara</b>		X		X	X			X			
	<b>O Mundo em Duas Voltas</b>		X		X	X						X
	<b>Tapete Vermelho</b>	X			X		X					X

Quadro 115



O filme de longa duração predomina também no incentivo à produção dado pelo Governo do Estado. O Programa Extraordinário de Fomento ao Cinema Paulista/2005, categoria longa-metragem, é uma iniciativa da Secretaria de Estado da Cultura com o apoio do Ministério da Cultura. Foram 30 projetos dez a mais que a edição de 2004 nas categorias Produção, Finalização e Comercialização. Em 2005 foram investidos R\$ 7,3 milhões<sup>245</sup> para viabilizar os filmes, valor 25% superior ao do ano anterior. Foram apresentados 91 projetos, entre os quais foram escolhidos:

### **5.5.6 Categoria Produção**

Aborto Legal (Carla Regina Gallo Santos), Antes da Noite (Toni Venturi), Cão Sem Dono (Beto, Brant), Cidade dos Homens - O Filme (Paulo Morelli), Condominio Jaqueline (Roberto Franco, Moreira), Infância Roubada (Bruno Barreto), Lucineide falsa loura (Carlos Reichenbach), Lutas (Luiz Roberto Bolognesi), Nossa Vida não Vale um Chevrolet (Reinaldo Pinheiro), O Drama das Secas (Rodolfo Nanni), O Passado (Hector Babenco), Reflexões de um Liquidificador (André Klotzel) e Um Dia (Jeferson De).

### **5.5.7 Categoria Finalização**

Antônia (Tata Amaral), Ato dos Homens (Kiko Goifmann), Boleiros II (Ugo Giorgetti), De Olhos Bem Abertos (Cláudio Kahns), Garoto Cósmico (Alexandre Abreu), Musicagem (Nereu Cerdeira), O Cheiro do Ralo (Heitor Dhalia), O Dia em Que o Brasil Esteve Aqui (Caio Fabrício Ortiz), O Poeta da Vila (Ricardo Van Steen), Onde Andará Dulce Veiga (Guilherme de Almeida), Os Doze Trabalhos (Ricardo Elias) e Querô (Carlos Cortez).

---

<sup>245</sup> [www.saopaulo.sp.gov.br/cultura](http://www.saopaulo.sp.gov.br/cultura). Acesso em fev 2006.

### 5.5.8 Categoria Comercialização

A ilha do terrível Rapaterra (Ariane Porto), A Margem do Concreto (Evaldo Mocarzel), Família Alcântara (Daniel Solá Santiago), O Mundo em Duas Voltas (David Schurmann) e Tapete Vermelho (Luiz Alberto Pereira).

Um projeto que, apesar da polêmica, estimulou o produtor independente. Ele foi criado pelo governo estadual com o nome de Programa de Integração Cinema e TV (PIC-TV). Criado em 1996, através de uma parceria entre a Secretaria de Estado da Cultura e a TV Cultura, o programa garantia ao produtor a exibição na TV Educativa do Estado, com transmissão nacional através da Rede Brasil. Isso permitia ao produtor sair em busca de cotas de patrocínio com a exibição já garantida pela televisão. Tinha recursos da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e do governo estadual. Terminou em 2001 devido à falta de verbas e a uma expectativa frustrada de obter recursos através da privatização de estatais. O PIC/TV havia mobilizado recursos de mais de R\$10 milhões em 42 projetos, como "*Coração Iluminado*", "*Hans Staden*", e "*A Hora Mágica*".

Segundo a Associação Brasileira das Empresas de Infra-estrutura Cinematográfica e do Audiovisual (Abeica), não se pode pensar em aumento da produção cinematográfica nacional sem infra-estrutura de equipamentos para a produção audiovisual. No Brasil, esta infra-estrutura está no limite da ocupação e, se houver, como se espera, um aumento na produção, não haverá equipamentos disponíveis. As 50 maiores empresas do setor, entre locadoras de câmeras, iluminação, transporte, estúdios, laboratórios, pré e pós-produção e projeção apontam falta de equipamentos em alguns itens específicos. Em consequência, há um limite de produção estimado de acordo com estudo recente realizado pela Abeica.

Os equipamentos disponíveis para locação no Brasil dão conta de atender, simultaneamente, dois longas-metragens de grande porte, três de médio porte e quatro produções de baixo orçamento, além da produção média de publicidade e TV, considerando apenas Rio e São Paulo. Se a demanda aumentar, não haverá equipamento para todos.<sup>246</sup> A falta de equipamentos, segundo as empresas, é provocada pela alta taxa de impostos de importação praticada nos últimos anos que impediu o aumento e a renovação de equipamentos de filmagem. Nesse sentido, uma política de incentivo ao cinema nacional deveria abranger também os investimentos em equipamentos para não provocar uma redução brusca entre filmagem e finalização das produções cinematográficas.

#### 5.5.9 Considerações Finais

É curioso perceber que durante o período pesquisado as TVs abertas que apresentam 100% de produção nacional são justamente aquelas que ou vendem a maior parte da programação para grupos religiosos (TV Gazeta) ou já pertencem a eles (Rede Vida e Canção Nova). Parte significativa da programação também está na mão de empresas de marketing que apresentam programas de tele-vendas pela televisão. Ou seja, a TV paulista está dominada por igrejas, por vendedores e pela programação estrangeira. Programas que mostram a violência urbana, alimentados pelo cotidiano da megalópole paulista, também têm destaque nas emissoras de qualquer tamanho de audiência. Aliás, violência é um dos assuntos principais do paulistano, por isso é tema obrigatório das TVs em diversos gêneros e formatos.<sup>247</sup>

---

<sup>246</sup> Revista Tela Viva, novembro/2004 nº 144.

<sup>247</sup> KEHL, Maria Rita. Televisão e violência do imaginário. In BUCCI, Eugênio. (org.) **A TV aos 50. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 133.

A produção nacional mais marcante em São Paulo é a da TV Globo que exhibe 85% de sua programação com programas brasileiros, independente de categorias televisivas. A produção local tem ênfase no jornalismo, *talk-shows* e um suporte significativo para a cabeça-de-rede carioca.

No entanto, a pulverização do público em muitas TVs abertas e pagas fez com que a antiga líder absoluta de audiência perdesse pontos para produções locais de São Paulo, particularmente no horário nobre. Isso já foi identificado por Borelli e Priolli (2000), apontando o aumento de programas populares como um dos fatores da queda de audiência da Globo.<sup>248</sup> As novelas, antes um sinônimo da rede carioca, são também a base para a guerra de audiência no entretenimento travada entre as emissoras com produções locais (Record e Bandeirantes) e importadas (SBT). A Cultura também investe na fórmula ficção, porém com formato teleteatro, tendo produção própria em S.Paulo. Isso evidencia que a ficção, especialmente a telenovela, permanece com sua característica hegemônica na produção audiovisual televisiva.<sup>249</sup>

Em São Paulo, existe um domínio de grupos religiosos travestidos de empresas que conquistam concessões em várias partes do Estado. As Igrejas Universal do Reino de Deus, do grupo de Rede Record, e Católica, com participação nas Redes Vida e Canção Nova, predominam ampliando suas redes pelo interior do Estado. A RIT, Rede Internacional de Televisão, da Igreja Internacional da Graça pertencente ao pastor RR Soares, é uma rede

---

<sup>248</sup> BORELLI, Silvia H.S.; PRIOLLI, Gabriel. (orgs). **A deusa ferida**: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência. São Paulo: Summus, 2000.

<sup>249</sup> MARTÍN-BARBERO, Jesús.GERMÁN Rey. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

nacional com canal de satélite e estúdios em São Paulo com produção 100% local. Somado às horas de programação compradas das emissoras abertas, isso dá um total ainda não calculado de produções e horas de exibição de programas religiosos na televisão brasileira.

A classificação dos programas religiosos, já apontada em outros estudos como um gênero ainda não definido - mistura música, entrevistas, reportagens e outros formatos com conteúdo ou intenções religiosas - já pode ser identificada como uma nova categoria de programas: **entreteneigreja**, ou seja mistura de programa de entretenimento com os apelos religiosos de igrejas ligadas a todas as seitas e religiões, utilizando a teledifusão como seu principal veículo para ampliar o número de fiéis. Assim como o conceito de Infortenimento que reúne informação com entretenimento, o **entreteneigreja** reúne elementos das quatro categorias de programas de televisão<sup>250</sup>: entretenimento, informação e educação religiosa beirando a publicidade. Na programação das TVs abertas de S.Paulo, com muitos programas transmitidos em rede para o Brasil, esta *neo-categoria* televisiva toma conta da programação.

Um bom indicativo nas produções nacionais é que os documentários paulistas voltam a ganhar espaço estimulados pelas leis de incentivo para produções independentes. Cultura, SBT, Record, são cabeças-de-rede paulistas que apresentam na programação nacional documentários produzidos pelas próprias emissoras ou comprados de produtores autônomos que receberam investimentos estatais e privados para as produções.

Alguns itens desta pesquisa deixaram de ser estudados como nos demais Estados e Regiões do Brasil devido a quantidade de canais (13 abertos) com sede na capital de São

---

<sup>250</sup> Descrição das quatro categorias de programas de TV estão em ARONCHI, José Carlos. Obra citada, p. 37 e 92

Paulo. Por este motivo não foi possível realizar a comparação entre a programação publicada pela revista Meio&Mensagem em 1999.

Com exceção da TV Globo, as outras 12 TVs abertas paulistas são cabeça-de-rede com centenas de retransmissoras no Estado e no Brasil. Seria importante, mas impossível nesta pesquisa, fazer o levantamento de quantos programas estão em rede e quantos são cortados pela retransmissora. Esta necessidade sugere a possibilidade de realização de uma pesquisa por regiões do Estado de S.Paulo, visto que há 97 outorgas registradas na Anatel, o que torna o Estado a capital com o maior número de concessões.

#### 5.5.10 Apresentação das TVs abertas SP

- **SBT** possui cabeça-de-rede em São Paulo. Surgiu em 1981 e tem como proprietário o grupo Silvio Santos. Outros investimentos do grupo são o Banco Panamericano, o Baú da Felicidade, a Liderança Capitalização, e Sisan Empreendimentos, Serviços Compartilhados. Canal comercial aberto.
- **Rede Globo/SP**- embora a cabeça-de-rede esteja no Rio de Janeiro, possui emissora e estúdios em São Paulo. Foi fundada em 1965 e pertence às Organizações Globo. Entre outros investimentos do grupo estão Globo Marcas, Globo Filmes, Som Livre, Globo Empreendimentos Temáticos, Globo.com, emissoras de rádio AM e FM e TV, Rádio CBN, Jornal *O Globo*.

- **Rede Record** possui cabeça-de-rede em São Paulo. Começou a funcionar em 1953, mas foi comprada pelo Bispo Edir Macedo ligado a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), porém já fez parte do Grupo Silvio Santos. O grupo também possui Rede Família de TV, esta totalmente voltada para a IURD, a Rede mulher e também Radio Record.
- **Rede TV** É cabeça-de-rede em SP surgiu em 1999 e pertence Amílcare Dallevo Júnior e Marcelo de Carvalho Fragalli, embora conste participação do Banco Rural no negócio. Ocupa o canal que já foi da extinta TV Excelsior e Rede Manchete, da Família Block.. Os proprietários também são donos da empresa Mídia TV.
- **TV Gazeta** Tem cabeça-de-rede em São Paulo, onde surgiu em 1970. Pertence a Fundação Cásper Líbero, que também é proprietária da Radio Gazeta AM e FM, Gazeta.net, sucessor do extinto jornal esportivo *A Gazeta*. Outro investimento do grupo é a Faculdade do mesmo nome.
- **BAND TV** cabeça-de-rede em São Paulo, onde começou suas atividades em 1967. Pertence a família Saad. O grupo tem outros investimentos, como TVC, Band Music, Primeira Mão, rádios, Internet. Fazendas em Mato Grosso do Sul, pecuária e imobiliária.

- **Rede 21** uma das mais novas TV brasileiras, pertence ao grupo Bandeirantes. Tem sede em São Paulo.
- **CNT** rede do Paraná que pertence a família Martinez. Começou a funcionar em 1975 e é especializada em tel-vendas.
- **MTV** emissora especializada em música que começou há funcionar em 1990. Pertence ao grupo Abril, especializado em mídia impressa.
- **Rede Canção Nova** começou a funcionar em 1989 e pertence ao grupo salesiano, ligado à igreja católica. O grupo possui também rádio, serviço de internet e escolas.
- **Rede Vida** pertence a família Monteiro Filho tem fortes ligações com a igreja católica. Surgiu em 1995 .



- **Rede Mulher** Tem cabeça-de-rede em São Paulo. Começou a funcionar em 1994 e pertence ao Bispo Edir Macedo, ligado a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). A emissora pertence que também possui Rede Record, Rede família e a Rádio Mulher.

#### **TVs PAGAS DIVULGADAS PELO JORNAL OESP**

- **NIMAL PLANET (UM CANAL DA BBC E DISCOVERY NETWORKS):** Documentários, programas de ação, aventuras e histórias sobre o reino animal. Não tem produção local.
- **BAND SPORTS RUA RADIANTES 13:** Canal esportivo, produções nacionais. Ligado ao grupo Bandeirantes.
- **CARTOON NETWORK (WARNER-CARTOON NETWORK AMÉRICA LATINA:** Desenhos animados, canal comercial, direcionado ao público infantil. Apresenta 10% de produção de desenhos nacionais, entre eles a *Turma da Mônica*.

- **CANAL BRASIL (GLOBOSAT):** Em 1998 entrou no ar o Canal Brasil, o primeiro canal de TV por assinatura inteiramente dedicado às produções audiovisuais brasileiras. Resultado de uma *joint-venture* entre a Globosat e o Grupo Consórcio Brasil, formado por Luiz Carlos Barreto, Zelito Viana, Marco Altberg, Aníbal Massaini e Roberto Faria.
- **CINEMAX:** Canal de cinema. Não apresenta filmes nacionais.
- **DISCOVERY (UM CANAL DA BBC E DISCOVERY NETWORKS):** Canal de documentários. Não apresenta documentários brasileiros.
- **DISNEY CHANNEL:** Programação norte-americana voltada para o público infanto-juvenil.
- **ESPN BRASIL:** Lançada em junho de 1995, a ESPN Brasil foi a primeira emissora da ESPN criada fora dos Estados Unidos. Atualmente, o canal conta com 2,2 milhões de assinantes. Possui 90% de produção nacional.

- **EUROCHANNEL:** Programação totalmente dedicada à Europa.
- **FILM & ARTS:** Canal de artes internacional.
- **FOX FILMES:** Filmes de produção internacional. Em 2005, iniciou parceria para co-produção de séries nacionais com a Rede Record
- **GNT:** Canal da Globosat que possui 52% de produção nacional.
- **HBO:** Especializado
- **JETIX (WALT DISNEY COMPANY):** Desenhos animados internacionais, ação e aventura. De produções nacionais, as transmissões da Copa Jetix

- **MAXPRIME:** Mesma programação do Cinemax com 3 horas de diferença.
- Cana da Globosat especializado em programas de entretenimento com 45% de programas nacionais.
- **National Geographic:** Documentários internacionais
- **PEOPLE+ARTS (UM CANAL DA BBC E DISCOVERY NETWORKS):** Canal com produções internacionais; apresenta seriados e *reality shows*. Em 2005, apresentou a versão brasileira do *reality show O Aprendiz*.
- **Sony Entertainment Television:** Canal que apresenta os seriados de sucesso da TV norte- americana.
- **SPORTV/SPORTV2:** Canal internacional com produção nacional de jornalismo esportivo.

- **REDE TELECINE:** Canal da Globosat que apresenta filmes preponderantemente internacionais.
- **TNT** canal com programação internacional.
- **TV RÁ-TIM-BUM:** Primeiro canal infantil brasileiro, além de apresentar uma programação direcionada a professores. Pertence à Fundação Padre Anchieta e começou a funcionar em 2004.
- **Universal:** Canal norte-americano especializado em séries e filmes.
- **Warner:** Canal focado nas melhores séries da Warner.

- **MIX TV:** Canal com apenas cinco programas locais produzidos diariamente, entre 17 e 21hs. Basicamente eles enfocam games e música. O resto de sua programação é feita para anunciantes (produções independentes).
- **REDE NGT: A NGT - Nova Geração de Televisão** surge com a proposta de trazer ao público uma nova opção de TV. É uma rede que valoriza a criação de novos talentos e também abre espaço aos antigos que não encontram lugar nas principais redes.
- O Grupo Bandeirantes de Rádio e Televisão inaugurou em 2001o **BANDNEWS**, primeiro canal brasileiro a transmitir notícias 24 horas por dia.
- Mais novo canal do Grupo Bandeirantes, onde é mostrada a vida rural nacional.

- **TV DA GENTE:** O mais novo canal de TV por assinatura, começou suas atividades em 2005 e mostra a diversidade étnica brasileira, garantindo programação de qualidade para a parcela da população que não se identifica com o que a televisão oferece. O projeto de Netinho de Paula é uma parceria da TV da Gente com o Grupo Bandeirantes de Comunicação, que negociou o canal 50 (UHF), para transmissão da programação, na cidade de São Paulo.
- **GLOBO NEWS** canal de notícias 24h da Globosat. Pertence as Organizações Globo.
- **FUTURA:** Canal criado pela Fundação Roberto Marinho com outras grandes empresas de comunicação. Canal privado da TV por assinatura voltado para educação e cultura.
- **CANAL UNIVERSITÁRIO DE SÃO PAULO:** O Canal Universitário de São Paulo (CNU) é uma emissora de TV, transmitida pelo sistema cabo e mantida por nove universidades paulistas: USP, Mackenzie, PUC, Unifesp, Unip, Uniban, Unicsul, Unisa e a Universidade São Judas Tadeu. Com 24 horas de programação diária, o CNU pode ser sintonizado por todos os assinantes de TV a cabo do município de São Paulo, através das

operadoras NET (Canal 11) e TVA (Canal 71). Inaugurado em novembro de 1997, o canal já detém um público regular de 100 mil telespectadores por dia.

- **AXN:** Canal de séries e filmes norte-americanos. Não oferece produção nacional.
- **BLOOMBERG:** Canal de negócios e finanças com transmissão em português. São os principais índices das principais bolsas de valores, manchetes dos principais jornais e cotação de moedas em tempo real. Oferece 50% de programação local.
- **CNN:** Jornalismo internacional com notícias em tempo real.
- **CNN IN ESPAÑOL:** Igual à matriz americana, porém com perspectiva latino-americana.



- **BBC WORLD:** Transmite internacionalmente, em inglês, 24 horas por dia.
- **A & MUNDO:** Produções internacionais: documentários, biografias, séries e músicas.
- **E!:** Internacional/entretenimento.
- **TV SENADO:** A TV Senado foi criada no dia 5 de fevereiro de 1996, pelo Senador José Sarney, então presidente do Senado. O sinal da TV Senado cobre todo o país levado pelas emissoras de tv a cabo, por antenas parabólicas de tipo analógico e digital e, posteriormente, em sinal aberto de UHF. As transmissões simultâneas alcançam, pelo menos, as 8 milhões de antenas parabólicas instaladas no país e os cerca de três milhões e meio de televisores, atingindo cerca de 40 milhões de domicílios, com tv por assinatura. Com este salto, após oito anos de existência, a TV Senado atinge a maioria como veículo público de comunicação.

- **SHOP TOUR:** Primeiro canal de tele-vendas do país. Apresenta programação de entretenimento.
- **REDE GOSPEL:** A Rede Gospel de televisão atinge 74% de todo o território nacional. Ela opera no sistema UHF em São Paulo, no canal 53, no Rio de Janeiro; pelo canal 50 em Itapetininga e no interior do estado de São Paulo no canal 44.
- **REDE STV (SESC/SENAC):** Com a missão de educar para a cidadania, a STV - Rede SescSenac de Televisão é um canal a cabo que foi inaugurada em novembro de 1996 como TV Senac São Paulo e no ar desde maio de 1997. O canal se transformou em STV - Rede SescSenac de Televisão em janeiro de 2000. Hoje sua programação de 24 horas diárias está disponível em território nacional via Net, Vivax, Directv, Sky e TecSat, além de operadoras independentes de TV a cabo que operam em várias regiões do país.
- **NHK WORLD:** Tv japonesa, transmitida em japonês.

- **RAI:** TV italiana, transmitida em italiano.
- **ART AMERICA:** Canal que enfoca a cultura árabe (idioma), com destaque para a programação da TV libanesa.
- **DW:** Canal internacional da Alemanha. Sua programação está em alemão (12hrs), inglês (10hrs) e espanhol (2hrs).
- **Boomerang :** Apresenta os desenhos clássicos de Hanna Barbera.
- **A TV Escola** é um canal de televisão, via satélite, destinado exclusivamente à educação, que entrou no ar, em todo o Brasil, em 4 de março de 1996. Seus principais objetivos são a capacitação, atualização, aperfeiçoamento e valorização dos professores da rede pública de Ensino Fundamental e Médio e o enriquecimento do processo de ensino-aprendizagem. O ponto de

partida do Programa foi envio para escolas públicas com mais de 100 alunos de um televisor, um videocassete, uma antena parabólica, um receptor de satélite e um conjunto dez fitas de vídeo VHS, para iniciar as gravações, como também as Grades de Programação. Há no Brasil, segundo o Censo de 2003, 60.955 escolas públicas com mais de 100 alunos. Nessas escolas, estudam 28.965.896 alunos e trabalham 1.091.661 professores. A TV Escola está em 39.634. o que representa 65% da rede pública brasileira.

A TV Escola transmite dezessete horas de programação diária, com repetições, de forma a permitir às escolas diversas opções de horário para gravar os vídeos. A programação da TV Escola divide-se em três faixas principais: Ensino Fundamental, Ensino Médio e Salto Para o Futuro. Aos sábados, domingos e feriados é exibida a faixa Escola Aberta, com uma programação especial, voltada para a comunidade.

- **TV ASSEMBLÉIA ASSEMBLÉIA DOS DEPUTADOS DO ESTADO DE SP:** A TV Assembléia, **canais 66 da TVA e 13 da NET** transmite **24 horas por dia** para todo o Estado de São Paulo. A programação é variada, sendo parte ao vivo, como a Sessão Ordinária direto do Plenário Juscelino Kubitschek, o telejornal, eventos especiais e sessões solenes, e parte gravada, com os programas e reportagens especiais.

- **TV Comunitária de São Paulo:** Canal 6 da NET - Canal 72 da TVA. Mostra programas inéditos todos os domingos meio dia e meia
  
- **TV CÂMARA DOS VEREADORES DE SÃO PAULO:** Transmitida pela Net e TVA, mostra as atividades dos vereadores paulistas.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ofício de realizar a primeira cartografia da produção audiovisual brasileira voltada para a TV e o cinema focando os gêneros de entretenimento começou em dezembro de 2005 reunindo, em sua maioria, pesquisadores especializados em Economia Política da Comunicação e Estudos Culturais Críticos de cinco regiões do país e suas equipes de trabalho.

Durante dois meses, levantamos dados, realizamos entrevistas (pessoais, por telefone e por e-mail), fizemos buscas em internet, em livros e revistas especializadas estudando o Estado da Arte sobre a produção audiovisual brasileira. A preocupação central foi analisar a produção local na programação das TVs localizadas nas capitais brasileiras. Também fizemos tabulação, análise de pesquisa quali-quantitativa e estabelecemos comparação com outros trabalhos<sup>251</sup>, como o levantamento realizado pela revista Meio & Mensagem de 1999 sobre produção local nas TVs comerciais.

---

<sup>251</sup> Embora não se trate de um estudo acadêmico, é um trabalho jornalístico sério e o único levantamento até então realizado no setor.

Este trabalho reuniu 35 pessoas, entre estudantes universitários, bolsistas de iniciação científica, especialistas, mestres e doutores, num contínuo aprendizado sobre a produção audiovisual brasileira e a riqueza de nossa produção cultural.

A pesquisa que resultou no presente relatório possui um caráter transdisciplinar<sup>252</sup> e situa-se no **campo da análise da produção** dos produtos audiovisuais de entretenimento locais realizados no Brasil e exibidos nas TVs abertas e por assinatura em 2005, tendo como fonte primária a grade de programação divulgada nos principais jornais do país, seja na versão impressa ou *on line*.

Durante o trajeto que percorremos para realizar este estudo, algumas alterações foram feitas na metodologia inicialmente proposta para nos adaptarmos à realidade de cada região. Por exemplo, não conseguimos todos os jornais das Regiões Norte e Nordeste<sup>253</sup> na semana compreendida de 05 a 11 de dezembro de 2005. A alternativa encontrada foi usar a página web do canal pesquisado e realizar entrevistas (pessoais, por e-mail e telefone) com os responsáveis pelas produções de programas durante o período investigado.

No que diz respeito à TV, centramos nosso estudo na produção audiovisual local das TVs abertas e por assinatura situadas nas capitais brasileiras. Uma tarefa relativamente fácil no Sul do país, onde as informações são acessíveis, mas bastante complicada em outros casos. A Região Nordeste, por exemplo, já mereceria um estudo à parte dada a quantidade de

---

<sup>252</sup> É concebida aqui como a integração dos saberes. A transdisciplinaridade é vista como multidimensional, multireferencial, oferecendo diferentes percepções da realidade, ou seja, permite uma percepção mais ampliada, mais unificadora do mundo. Isto porque a transdisciplinaridade diz respeito à dinâmica dos diferentes níveis de realidade e de pontos de vista sobre um objeto ou fato social. Como bem diz a Carta da Transdisciplinaridade (1994) exige o conhecimento de si de do outro, respeitando as diferenças e os diferentes olhares, pois não é apenas um método, mas um modo de ser, uma postura perante o mundo.

<sup>253</sup> Embora tenham sido solicitados até a setores de assessoria de comunicação do governo federal.

estados: nove (09). Quanto à região Sudeste, a quantidade de canais de TV – muitos deles cabeças-de-rede – localizados apenas nas capitais, é surpreendente. Somente na cidade de São Paulo são 42 canais. Se contarmos juntos as emissoras da cidade do Rio de Janeiro, estes números saltam para 66 canais de TV, sem contar as emissoras do Espírito Santo e Minas Gerais.

Quanto à produção audiovisual cinematográfica, ela aparece neste estudo de forma transversal, já que o projeto trata da produção audiovisual de programas de entretenimento em TVs abertas e por assinatura, onde incluímos a categoria analítica filmes. O cinema faz parte do leque das produções audiovisuais brasileiras, apresentado na forma de produtos ficcionais ou de documentários, através de longas ou curtas-metragens que deveriam ser mostrados diariamente nas TVs brasileiras, sem restringir seu espaço a programação das TVs públicas ou de canais comunitários, educativos ou legislativos que ocupam canais na TV a cabo. Um serviço que não chega a alcançar 5% da população, segundo dados da Associação Brasileira das TVs por Assinatura (ABTA).

Buscamos neste estudo realizar um rápido levantamento da produção cinematográfica nacional nas TVs abertas e por assinatura. Nas TVs abertas comerciais não foi ofertado às audiências nenhum filme nacional no período de 05 a 11 de dezembro de 2005. Isso não é de se estranhar. Embora o presente trabalho seja um estudo qualitativo de uma semana da grade de programação dos principais jornais do país, reforça o que revelaram Andrade e Reimão (2005) em pesquisa sobre a veiculação de filmes brasileiros nas TVs abertas.

O trabalho realizado entre 1980 e 2000 percorreu 21 anos das grades de programações brasileiras mostrando que, nesse período, foram exibidas nas TVs abertas apenas 680



produções cinematográficas nacionais. Se levarmos em conta as reprises destes filmes de longa-metragem, houve um total de 1.957 transmissões. Parece muito, mas em 21 anos a inserção de filmes brasileiros na TV não passou da casa das 140 exibições por ano. Ou seja, foram mostrados entre 1980 e 2000, um único filme brasileiro a cada dois dias, enquanto as TV abertas abriram suas grades de programação para horas e horas de filmes estrangeiros, em particular os norte-americanos.

Nas TVs por assinatura, a situação não tem sido diferente. Segundo a ABTA, apenas 5% do que é mostrado nas TVs pagas tem origem nacional. Neste estudo, observamos que a presença de obras cinematográficas brasileiras restringiu-se a veiculação feita pelo Canal Brasil, (Net) e no canal Cine Brasil (TVA)<sup>254</sup>, espaços que podem ser considerados quase um gueto dentro das TVs pagas. No caso do Canal Brasil, é preciso ser assinante do pacote Premium para ter direito a assistir a programação nacional quando ela deveria estar disponível não apenas para quem pode pagar, mas ser disponibilizada diariamente também nas TVs abertas de maior audiência.

Realizamos análise qualitativa de quatro meses de 2005 (janeiro/fevereiro novembro/dezembro) da maior operadora do país, a Net<sup>255</sup>, período que representa 1/3 da programação anual da empresa. Estudamos, por exemplo, o número de longas metragens exibidos em todos os canais da Net e divulgados na Revista Monet, da empresa. Os resultados mostram que foram levados ao ar um total de 6.053 filmes, mas apenas 442 eram películas brasileiras.

---

<sup>254</sup> O Cine Brasil não foi alvo de estudo. Restringimos a análise as emissoras da Net, que possui 60% dos assinantes da Tv paga.

<sup>255</sup> De acordo com a ABTA, a Net tem 1,5 milhão de assinantes, 8,5% a mais que em 2004.

Desse baixo número de exibições, 396 eram longas brasileiros destinados ao público adulto, 10 eram longas destinados ao público infanto-juvenil e 36 eram documentários. Ou seja, do total de filmes exibidos:

- 7,3% foi destinado ao audiovisual cinematográfico brasileiro, seja em filmes voltados para o público adulto, para o público infanto-juvenil ou documentários.

Se compararmos o total de filmes do período estudado 6.053 com os filmes brasileiros exibidos nesses quatro meses - 396 - veremos que estes números representam apenas 6,5% do total de filmes disponibilizados aos assinantes.

Se compararmos o total de filmes do período estudado 6.053 com a quantidade de filmes brasileiros dedicados ao público infanto-juvenil exibidos em quatro meses - 10 - veremos que a proporção é quase inexistente: 0,16%.

Se a comparação for feita em relação ao número de documentários brasileiros exibidos em quatro meses - 36 - e o total de filmes exibidos nesse período 396, é possível perceber que o percentual também é irrisório: 0,6%.

Tais estudos revelam a premência de uma lei geral de comunicação eletrônica que garanta espaço não apenas para a produção de produtos audiovisuais brasileiros, mas também garanta sua distribuição e visibilidade nas TVs abertas e por assinatura.

Em termos de produção cinematográfica brasileira, também mapeamos o que tem sido produzido ou estava em fase de produção em 2005 e encontramos uma profícua proliferação

de curtas e longas-metragens, muitos deles sem financiamento ou distribuição garantida. Isto é, sem nenhuma garantia futura, que não seja o circuito dos festivais, caso o realizador tenha condições de mostrar sua obra. O Rio Grande do Sul, por exemplo, teve, em 2005, 53 documentários e 126 filmes de ficção em fase de produção ou sendo finalizados, a espera de distribuição. Ou o caso do Rio de Janeiro, onde a falta de políticas públicas (estaduais e federais) ocasionou um fenômeno de criação em circuitos alternativos pela sociedade que passa ao largo do governo, em suas esferas municipal, estadual ou federal<sup>256</sup>.

Acreditamos que o presente mapeamento das obras audiovisuais cinematográficas poderá ter vários desdobramentos, além de oferecer uma cartografia das oportunidades e níveis de produção entre as diferentes regiões. E, para além dos dados apresentados, poderá servir de base para futuros estudos sobre o aproveitamento da produção audiovisual cinematográfica nas TVs abertas e por assinatura.

### **Outros Olhares**

A TV nos mostra hoje uma nova cartografia da sociedade, o que exige uma análise diferenciada não apenas da dimensão política ou econômica, mas também sócio-cultural do universo midiático, como lembra Jesús Martín-Barbero. E um novo olhar significa perceber a complexidade do que chamamos de real, sem reduzir os acontecimentos midiáticos a alguns chavões ou esquecer o papel do receptor nesse processo. Significa também dar o devido espaço para o contexto histórico e os processos sócio-econômicos e culturais que influenciam os modos de ver, pensar, produzir e transformar em mercadoria os produtos audiovisuais brasileiros.

---

<sup>256</sup> Sobre o circuito alternativo carioca, veja os anexos deste relatório.

Em termos de contexto, não podemos deixar de assinalar nestas considerações finais o **cruzamento entre política e propriedade dos meios de comunicação no país**, seja através de emissoras diretamente atreladas a políticos (ou ex-políticos) ou às emissoras públicas que estão diretamente atreladas aos governos estaduais ficando a mercê de seus interesses.

A situação do Nordeste, por exemplo, é bastante esclarecedora nesse sentido. Na região, há 68 políticos locais que são proprietários de veículos de rádio e TV<sup>257</sup>. A maior parte das concessões foram distribuídas antes do governo Lula a políticos do PFL, PMDB e PSDB. Os casos mais gritantes são do senador Garibaldi Alves Filho (PFL/RN) que possui 10 concessões distribuídas entre rádios AM, FM e TV; seguido do senador José Sarney (PMDB/MA), com nove concessões de rádio AM, FM e TV.

Outros políticos nordestinos já são famosos por suas ligações com a mídia. Este é o caso do senador Antonio Carlos Magalhães, do PFL/BA, que é proprietário da afiliada da Rede Globo em Salvador (TV Bahia). No Paraná, o proprietário do grupo do mesmo nome, Paulo Pimentel, é ex-deputado federal, ex-governador e ex-senador pelo Paraná. Ele possui uma das maiores redes de comunicação regional do Sul do país. E em Brasília, há o caso de Paulo Octavio que, além empresário do ramo imobiliário, é senador da república pelo PFL/DF. A questão das concessões, como já vem sendo denunciado por instituições públicas e pesquisadores<sup>258</sup>, tem sido alvo de análise, sugestões e projetos de lei, mas até o momento não tiveram força para sair do papel.

---

<sup>257</sup> Conforme tabela exibida na pesquisa da Região Nordeste realizada a partir dos dados do Instituto de Estudos e Pesquisas em Comunicação (EPCOM) e do Sistema de Controle de Acompanhamento de Cotas do Ministério das Comunicações. Dados de abril/2004.

<sup>258</sup> Sobre o tema há trabalhos que são referência no país, como os de Venício Lima, Sérgio Caparelli, César Bolaño e Murilo Ramos, para citar alguns. Além das discussões da Comissão de Comunicação Social (CCS) do Senado sobre a concentração da mídia no Brasil.

A **concentração da mídia** não se situa apenas entre os políticos. Para além deles estão grupos de comunicação privados que chegam a 98% dos lares brasileiros durante 24 horas, todos os dias, levando sua mensagem, sua versão da realidade e do mundo. Este são os casos da Rede Globo, do SBT, do Grupo Bandeirantes ou da Record, empresas nacionais que possuem concentração vertical<sup>259</sup>, ou seja, há uma ausência da separação entre a atividade produtiva e atividade exibidora. Nessas emissoras, mais de 90% dos conteúdos são produzidos internamente, não dando espaço para o mercado audiovisual independente. Mas a concentração vertical aparece também em grupos regionais de mídia, como a Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), considerada a maior rede de comunicação regional da América Latina. O grupo possui seis jornais, 24 emissoras de rádio (AM e FM), 21 canais de TV (aberta e por assinatura), portal de Internet, agência de notícias, empresa de marketing e, ampliando ainda mais a concentração, é sócia da operadora Net serviços.

Segundo o Fórum Nacional pela Democratização (FNDC), seis das principais redes privadas nacionais (leia-se Rede Globo, SBT, Record, Bandeirantes, CNT, Rede TV!) estão vinculadas, entre canais próprios e afiliadas, a 263 das 332 emissoras brasileiras de TV, representando 79,2% de todas as emissoras brasileiras de TV aberta. Pelos dados do Ministério das Comunicações, duas destas redes exorbitam o número de emissoras próprias permitidas pela lei. O artigo 12 do Decreto-lei 236 diz que uma mesma entidade só pode deter um máximo de 10 concessões de radiodifusão de sons e imagens (TV aberta) em todo o território nacional.<sup>260</sup> Mas a Globo e o SBT<sup>261</sup> possuem, respectivamente, 20 e 11 emissoras próprias sem que tal excesso até o momento tenha sido coibido.

---

<sup>259</sup> Aqui compreendida como a integração das diferentes fases da cadeia de produção e distribuição. Ou seja, a mesma empresa produz a programação até sua veiculação, comercializa e distribui.

<sup>260</sup> [www.radiolivre.org/node/1115](http://www.radiolivre.org/node/1115). Acesso em fev de 2006.

<sup>261</sup> Dados do Sistema de Controle de Radiodifusão (SRD).

## Estrutura de Distribuição

A estrutura de distribuição da televisão aberta no país merece um rápido comentário. Como foi levantado pela coordenadora regional do Centro-Oeste, Suzy Santos, os interessados em descobrir essa estrutura têm de lidar com um enigma similar aos enfrentados pelas personagens de literatura policial. A cidade de Cuiabá (MS) é um bom exemplo. Ao consultar o sistema Siscom<sup>262</sup> sobre as retransmissoras disponíveis na cidade, é possível encontrar 12 retransmissoras sem identificação de endereço. Para traçar políticas públicas de comunicação claras, é preciso ter arquivos em condições de oferecer dados para todos os interessados, seja a população, os pesquisadores ou empresários. Nesse sentido, é necessário manter sistemas informativos atualizados, assim como controlar as outorgas e estabelecer espaços para os diferentes gêneros da produção audiovisual brasileira.

Uma estrutura clara e informatizada corretamente ajudaria a mapear, por exemplo, o **fenômeno do tele-evangelismo** que se espalhou, em menos de duas décadas, por todo o país. Aliás, a classificação dos programas religiosos, um gênero cada vez mais híbrido que mistura música, entrevistas, reportagens e outros formatos com conteúdo ou intenções religiosas pode ser identificada como uma nova categoria de programas.

Segundo José Carlos Aronchi, coordenador da pesquisa em São Paulo, o termo adequado deveria ser *entreteneigreja.*, ou seja, a mistura de programas de entretenimento com os apelos religiosos de diferentes igrejas que utilizam a radiodifusão como principal veículo para ampliar o número de fiéis. Assim como o conceito de *infortenimento* reúne informação

---

<sup>262</sup> Sistema de comunicação de Massa da Anatel.

com entretenimento, o *entreteneigreja* reúne elementos das quatro categorias de programas de televisão<sup>263</sup>: entretenimento, informação e educação religiosa, quase beirando a publicidade. Na programação das TVs abertas de São Paulo, com muitos programas transmitidos em rede para o Brasil, esta nova categoria televisiva toma conta da programação.

Mas o fenômeno não se restringe a São Paulo. No Sul, em especial no Paraná, os programas religiosos proliferam nas TVs abertas e por assinatura. Também o Norte possui diferentes emissoras religiosas.

Existe um domínio de grupos religiosos travestidos de empresas que conquistam concessões em várias partes do país. Redes de alcance nacional como, por exemplo, Rede Record, Rede Mulher, Rede Vida e Canção Nova têm tudo em comum e nenhuma integração oficial, mas, como pode ser verificado a seguir, os sinais se cruzam:

- As quatro redes pertencem a grupos religiosos ou com forte investimento de alguma igreja (a Record e a Mulher pertencem à neopentecostal Igreja Universal e as outras duas são católicas);
- As quatro têm cabeças-de-rede em São Paulo;
- Elas transmitem para todo o país em canal aberto VHF, UHF ou por satélite e inserem, no meio da programação, programas religiosos;
- Inserem, nos programas de entretenimento, atrações religiosas
- Vendem produtos, como livros, discos e filmes produzidos pelas empresas coligadas.

---

<sup>263</sup> Descrição das quatro categorias de programas de TV estão em ARONCHI, José Carlos. Obra citada, p. 37 e 92

Outra forma de conquistar novos fiéis é a compra de espaços televisivos para divulgação de mensagens religiosas. Isso é uma prática em empresas comerciais laicas, como a Rede Bandeirantes, Rede TV!, a CNT e a TV Gazeta.. Os programas religiosos também aparecem nas TVs por assinatura, como a Amazonsat, que chega por satélite a todo país. A empresa oferece em sua grade dois programas religiosos: *Oração da Sagrada Família e Igreja pelo Mundo*, sendo que este último oferece mensagens e informações sobre a igreja católica.

Os programas religiosos não se restringem as TVs comerciais. Eles se expandiram pelas grades de programação, ao ponto que nem as TVs públicas são imunes ao programas religiosos, o que já mereceria um estudo à parte.

Segundo a Coordenadora de Produção da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), Cristiana Freitas, praticamente todas as 20 emissoras associadas exibem uma missa católica semanal, com exceção da TVE/RS. No Paraná também é exibido o programa *Missa Gospel* e, em Santa Catarina, a TVE local exibe ainda programa *Santa Missa* . Os dois programas religiosos fazem parte da programação de sábado a noite. Já a TV Cultura exibe há quase duas décadas a *Missa de Aparecida*, todos os domingos às 8h, em rede com os Estados do Maranhão, Mato Grosso, Paraíba e Roraima. A TVE/RJ transmite no mesmo horário o programa *Missa Dominical* no mesmo horário também para Minas Gerais.

Além dos católicos, outros programas religiosos ocupam o espaço de domingo na programação local das TVs públicas. No Ceará, é levado ao ar os programas *Refrigerio e Paz e Semeando*; a TVE do Tocantins produz o programa *Fazendo Esperança* e na Bahia é



emitido o programa *Chão e Paz*. Já Sergipe leva ao ar dois programas religiosos: *Missa da Igreja São Judas Tadeu* e *Caravana da Solidariedade*.

Trata-se de uma realidade que se estende por todo o país e que mereceria uma reflexão sobre o papel (e a situação<sup>264</sup>) das TVs públicas, agora portadoras de palavras (e imagens) religiosas. Mas os horários religiosos vem ocupando também a grade das programações das TVs comunitárias, que, em sua maioria, apresentam problemas de infra-estrutura, orçamento e horários, assim como programação insuficiente. Nesse sentido, muitas vezes a compra dos espaços religiosos significa a sobrevivência dessas emissoras, que não podem buscar patrocínios, mas possuem os mesmos custos de uma TV comercial, com a desvantagem de não estarem disponíveis nos canais abertos, de maior audiência.

### **Sobre a produção audiovisual de entretenimento**

Esta foi a primeira pesquisa realizada no país com ênfase na produção audiovisual para TV na categoria entretenimento que inclui diferentes gêneros, como programas de variedades, leia-se sobre moda, gastronomia, humor, turismo e lazer, cinema ou literatura; *reality shows*, novelas, séries, programas de música, clips, programas infantis, programas de auditório, entre outros. Até então, a prioridade tinha sido os programas da categoria informativa, que inclui os telejornais ou programas de entrevistas e debates. Ou quando direcionados ao entretenimento, voltavam o olhar para a produção e/ou recepção das telenovelas brasileiras, um dos nossos principais produtos culturais de exportação.

---

<sup>264</sup> Em vários Estados do país, principalmente onde a TV pública não aceita patrocínios, já que é proibido por lei, a situação orçamentária das empresas é insuficiente, assim como as condições dos equipamentos, as condições de trabalho e os salários, que são baixos.

Mais do que apontar números, pretendemos a seguir, mostrar as percepções levantadas na presente pesquisa de caráter quali-quantitativo:

- O SBT é a cabeça-de-rede que mais exhibe programas de entretenimento, seguido de perto da Rede Globo. Mas enquanto o SBT leva ao ar programas e formatos populares, como variedades, programas de auditório e filmes (internacionais), a Globo aposta nas telenovelas e séries;
- As afiliadas da Rede Globo e do SBT pouco produzem em termos locais, além de formatos jornalísticos, pois a cabeça-de-rede concentra praticamente toda programação de entretenimento. Além disso, cabe ressaltar que a produção de formatos de entretenimento em geral envolve mais custos do que o telejornalismo;
- As televisões públicas de caráter educativo e cultural abrem um espaço significativo para as produções locais, em diferentes formatos de entretenimento, mostrando também filmes e documentários brasileiros. No entanto, os índices de audiência dessas emissoras no panorama brasileiro, ainda são pouco significativos;
- As emissoras comunitárias, legislativas e universitárias que vão ao ar pela TV a cabo também dedicam um espaço importante para as produções locais, mas sofrem de um problema mais grave do que as TVs públicas: menos de 5% da população tem acesso a TV paga no país;
- Em emissoras como a TV Gazeta e CNT, por exemplo, há mais espaço para programas religiosos e de tele-vendas do que programas de entretenimento;

- Existe uma dificuldade entre as emissoras, sejam públicas, ou educativas, comunitárias, universitárias, comerciais; religiosas ou não, em padronizar o que entendem por programação de entretenimento. Com a hibridização dos gêneros, onde a ficção e a realidade (e vice-versa) se aproximam cada vez mais, as próprias emissoras têm dificuldade em enquadrar os formatos, chamando de entretenimento, por exemplo, um programa de entrevistas ou um programa sobre o mundo rural.

Gostaríamos de lembrar que qualquer projeto que contemple o incentivo da produção cultural audiovisual deve ser pensado no sentido de desenvolver uma **indústria criativa** para o país. Assim sendo, será necessária a criação de mecanismos de controle para garantir que a produção de conteúdos não fique centralizada nas cabeças-de-rede ou nas produtoras das maiores empresas de comunicação, mas que possa contemplar a diversidade e a riqueza cultural do Brasil. Além disso, uma legislação atualizada deverá levar em conta as novas tecnologias de informação e comunicação, assim como as transformações que elas vêm trazendo ao seio social. Isso significa pensar projetos que contemplem a convergência digital, algo que os grandes grupos, como Rede Globo e Bandeirantes, já se deram conta. Afinal, não é por acaso que a Rede Globo já possui um departamento especializado em conteúdos para novas tecnologias e, desde final de 2005, estão disponibilizando produtos televisivos para os assinantes de celular Vivo.

O fomento da produção audiovisual passa também pela formação de profissionais multimídias (e pela atualização das universidades para as TICs) que possam trabalhar conjuntamente as diferentes tecnologias e ambientes de comunicação. Passa ainda pela preocupação em formar os diferentes grupos sociais para os processos de comunicação, possibilitando para que possam sair da atual condição de receptores para também de -

produtores, num processo contínuo de inclusão audiovisual. Um bom exemplo é o projeto *Redescobrimos os Brasileiros*, do Ministério da Cultura, onde qualquer cidadão que more em cidades de até 20 mil habitantes – que correspondem a 75% dos municípios brasileiros – pode mostrar seu olhar sobre o mundo e aprender a realizar uma obra digitalizada e, se o projeto for selecionado, o trabalho é mostrado em diferentes locais do país.

Embora este estudo não tenha contemplado produtos audiovisuais televisivos pensados para internet, em pouco tempo eles deverão ser levados em consideração. O país vai necessitar de estudos específicos nesta área, principalmente porque as duas tecnologias mantêm uma relação estreita com a juventude, assim como representam um importante espaço de mercado a ser desenvolvido. Mas esta é apenas uma das possibilidades a serem observadas a partir das TIC's.

No que diz respeito à televisão digital, o aproveitamento do parque analógico brasileiro acompanhado de uma caixa conversora (*set top box*) de baixo custo poderá representar a inclusão digital a partir dos aparelhos de TV que todos temos em casa, até que a TV digital ganhe preço de escala. A decisão sobre o padrão brasileiro a ser adotado ainda não foi definida. Por isso, este é o momento de investir no desenvolvimento de uma indústria criativa brasileira, cujos produtos culturais audiovisuais, a médio prazo, poderão ser exportados e servir de referência internacional, sem que por isso deixem de ser mostrados nas TVs abertas ou por assinaturas, analógicas ou digitais.

## REFERÊNCIAS

AGEPEL. **Agência Goiana de Cultura Pedro Ludovico Teixeira**. Disponível em: <[www.agepel.go.gov.br](http://www.agepel.go.gov.br). Acesso em dez 2005.

AMARC **Querem Calar a Voz do Povo 2: a violência contra rádios comunitárias no Brasil**. Disponível em:  
em:[http://legislaciones.amarc.org/Brasil\\_Dossier\\_vers\\_2005\\_3.doc](http://legislaciones.amarc.org/Brasil_Dossier_vers_2005_3.doc). Acesso em fev. 2006.

ANATEL Agência Nacional de Telecomunicações. **Prestadoras de TV por Assinatura, área de prestação de serviço, população, número de domicílios urbanos e status, segundo UF, tecnologia e município**. 2006a. Disponível em:  
[www.anatel.gov.br/Tools/frame.asp?link=/tv\\_assinatura/panorama/rel\\_panoramacap03.pdf](http://www.anatel.gov.br/Tools/frame.asp?link=/tv_assinatura/panorama/rel_panoramacap03.pdf). Acesso em jan 2006.

ANATEL Agência Nacional de Telecomunicações. **Sistemas Interativos**. Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/sis/SistemasInterativos.asp>>. Acesso em jan 2006.

ANCINE Agência Nacional do Cinema. **Consulta de Projetos Audiovisuais**. Disponível em: [www.app1.ancine.gov.br/ancine/sistema/exec/proj\\_audio1.cfm](http://www.app1.ancine.gov.br/ancine/sistema/exec/proj_audio1.cfm)>. Acesso em fev 2005.

ANDRADE, Antonio; REIMÃO, Sandra. **A transmissão de filmes brasileiros na TV aberta nacional (1980-2000)**. CELACOM /SP - (CD), 2005.

ARONCHI, José Carlos. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004

BENEVENUTO JR. Álvaro. **De Canal Comunitário a POA TV: estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo de Porto Alegre**. PPGCC / UNISINOS - Universidade do Vale do rio dos Sinos, São Leopoldo/ RS, 2005

BOLAÑO, César. **Industria Cultural Informação e Capitalismo**. Aracaju (mimeo), 1977.

BOLAÑO, César. **Mercado Brasileiro de Televisão**. Aracaju:Ed. UFS, 1988.

BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério (orgs.). **Rede globo, 40 Anos de Poder e Hegemonia**. São Paulo: Paulus, 2005

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. O público brasileiro de televisão in **Revista Brasileira de Comunicação**, nº 56, São Paulo. Republicado em Cadernos UFS/Comunicação, nº 1, Aracaju, 1997

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Televisão e Economia. In Economia Política das Telecomunicações da Informação e da Comunicação. **Revista INTERCOM**, nº 4, São Paulo. 1995a.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Televisão, Mercado e Tecnologia: das Gerações do Audiovisual às Trajetórias Tecnológicas, in Economia Política das Telecomunicações da Informação e da Comunicação. **Revista INTERCOM**, nº 4, São Paulo, 1995b

BORELLI, Silvia . **A Deusa Ferida**. São Paulo: Summus, 2000.

BORELLI, Silvia H.S.; PRIOLLI, Gabriel. (orgs). **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. São Paulo: Summus, 2000.

BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina. **Comunicação e Educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001

BRITTOS, Valério. **Comunicação, Hegemonia e Contra-Hegemonia**. Salvador: Editora da UFBA 2005

\_\_\_\_\_. Os 50 anos da TV Brasileira e a Fase da Multiplicidade da Oferta. In: **Observatório Revista do Obercom**. nº 1, Lisboa, 2000.

CAPARELLI, Sergio. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L&PM, 1982.

CAPARELLI, Sergio; LIMA, Venício. **Desafios da Pós-globalização**. São Paulo:Hacker, 2004

CASTRO, Cosette. **Las Marcas Multiculturales em Gran Hermano**: los casos de Espana y Portugal. Bella Terra: UAB/ES (tese), 2003.

\_\_\_\_\_.TVs Universitárias no Brasil **um espaço para a comunicação comunitária**. Porto Alegre: **Annual Conference of International Association for Media and Communication Research (IAMCR)**. (CD), 2004.

\_\_\_\_\_. **Televisão Digital e Inclusão Social**. São Paulo:ECA. Encontro da Alaic sobre o Relatório Mac Bride. (paper), 2005a.

\_\_\_\_\_. Globo e Educação: um casamento que deu certo . In: BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **Rede Globo** 40 anos de poder e hegemonia.São Paulo: Paulos, 2005b

\_\_\_\_\_; BARBOSA FILHO, André; TOME, Takashi. **Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social**. São Paulo: Paulinas, 2005c.

CASTRO, Daniel. Cunhado de Edir Macedo monta rede de TV. **Folha de São Paulo**. São Paulo: 29 jun. 2002. online, disponível em: <http://www1.uol.com.br/cgi-bin/bibliot/arquivo.cgi?html=fsp2002&banner=bannersarqfolha>. Acesso em: fev 2006.

COEN, Luciana. O diferencial na entrega de commodities. **Computerworld**. São Paulo: 25 ago. 2005. Disponível em: [http://computerworld.uol.com.br/Comercio\\_atacadista.htm](http://computerworld.uol.com.br/Comercio_atacadista.htm). Acesso em jan. 2006.

COGO, Rafael; DIEGO, Pablo; LOCATELLI, Maxuel; PAULA, Kelly de, ROMA, Evelyn. **História da Televisão em Mato Grosso do Sul**. Campo Grande: UFSM, 2004. Disponível em: [www.historiadatv.ubbihp.com.br/index.html](http://www.historiadatv.ubbihp.com.br/index.html) . Acesso em dez. 2005.

COPAGAZ. [www.copagaz.com.br/grupo\\_zahran/rtm\\_tv.asp](http://www.copagaz.com.br/grupo_zahran/rtm_tv.asp) . Acesso em jan. 2006

CORREIO BRAZILIENSE. **No rastro do Comendador**. Fenapef Federação Nacional dos Policiais Federais. 05 dez. 2005. Disponível em: [www.fenapef.org.br/htm/com\\_noticias\\_exibe.cfm?Id=33420](http://www.fenapef.org.br/htm/com_noticias_exibe.cfm?Id=33420) . Acesso em jan. 2006.

COSTA, Sylvio; BRENER, Jayme. Dossier das Concessões de TV. **Observatório da Imprensa**. Online: jun. 1997 [reprodução de uma série de matérias originalmente publicadas no jornal Correio Braziliense]. Disponível em: [www.observatoriodaimpresa.com.br/artigos/mat2008d.htm](http://www.observatoriodaimpresa.com.br/artigos/mat2008d.htm). Acesso em jan 2006.

DOCTV no Brasil, América Latina e Europa. Disponível em: <http://www2.cultura.gov.br/scripts/noticia.idc?codigo=1367>>. Acesso em 18 dez. 2005.

DOMINICK, Joseph. R.; WIMMER, Roger, D. **La Investigación Científica de los Medios de Comunicación**. Barcelona: Bosch, 1996.

EDGAR, Andrew; SEDGWICK, Peter. **Teoria Cultural de A a Z**. São Paulo: Contexto, 2003.

FALGETANO, Edylita. **Editorial. Tela Viva**. São Paulo: Glasberg, n. 94, jun. 2000. Disponível em: [www.200.157.161.15/telaviva/revista/094/capa.htm](http://www.200.157.161.15/telaviva/revista/094/capa.htm) . Acesso em jul. 2003.

FAUSTO NETO, Antonio. Processos Midiáticos e Construção das Novas Religiosidades - Dimensões Discursivas. **Revista Intexto on line**. [www.ufrgs.br](http://www.ufrgs.br) Acesso em fev 2006.

FERREIRA, Paulo Roberto. Após o regatão, o rádio e a televisão. Disponível em: [www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd3/sonora/paulorobertoferreira.doc](http://www.jornalismo.ufsc.br/redealcar/cd3/sonora/paulorobertoferreira.doc). Acesso em fev 2006.

FESTIVAL de Brasília do Cinema Brasileiro. **Programação 2005**. Disponível em: [www.sc.df.gov.br/paginas/festival\\_de\\_cinema/festival\\_de\\_cinema\\_07.htm](http://www.sc.df.gov.br/paginas/festival_de_cinema/festival_de_cinema_07.htm). Acesso em dez 2005.

FICA. **Cronograma VII Fica 2005**. Disponível em: [www.fica.art.br/cronograma/009.php](http://www.fica.art.br/cronograma/009.php). Acesso em 13 jan. 2006.



FRANÇA Vera. **Jornalismo e Vida Social: a história amena de um jornal mineiro**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

GARNHAM, Nicholas. **A Economia Política da Comunicação**. O caso da Televisão Telos, Madri: Fundesco Dez, Fev 1991.

GAZETA DO POVO. MP pede processo contra 29 no caso Comec. **Gazeta do Povo Online**. 07 jul. de 2005. Disponível em: [www.canais.ondarpc.com.br/noticias/controlado/impressao.phtml?id=475262](http://www.canais.ondarpc.com.br/noticias/controlado/impressao.phtml?id=475262). Acesso em jan. 2006.

GOIANIA **Mostra Curtas**. Disponível em: [www.goianiamostracurtas.com.br](http://www.goianiamostracurtas.com.br). Acesso em dez 2005.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Banco de Dados Agregados: Censo Demográfico**. 2000. Disponível em [www.sidra.ibge.gov.br/bda/popul/default.asp?z=t&o=21&i=P](http://www.sidra.ibge.gov.br/bda/popul/default.asp?z=t&o=21&i=P). Acesso em fev. 2006a.

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cultura. 2003**. Disponível em: [www.ibge.gov.br/servidor\\_arquivos\\_est/topo\\_int\\_est](http://www.ibge.gov.br/servidor_arquivos_est/topo_int_est). Acesso em fev. 2006b.

IGNEWS. **Prefeito ressaltou parceria com Governo Federal e denunciou propinoduto na gestão de França**. 2005. Disponível em: <http://www.ignews.com.br/root/noticia.asp?ed=78&caderno=politica-icia=16775>. Acesso em dez. 2005.

KEHL, Maria Rita. Televisão e violência do imaginário. In BUCCI, Eugênio. (org.) **A TV aos 50**. Criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.

KIRST, Patrícia Gomes; GIACOMER, Angélica Elisa et al. Conhecimento e cartografia: tempestade de possíveis. In: FONSECA, Tânia Mara; KIRST, Patrícia Gomes. **Cartografias e devires: a construção do presente**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.

LACHOWSKI, Gibran. **Mídia e Crise Política: o mensalão da imprensa de Cuiabá. Observatório da Imprensa.** 18 jul. 2005. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=338IMQ007>>. Acesso em jan. 2006.

LINHARES, Gladis. **Mídia E Etnia:**A visibilidade dos grupos étnicos na televisão sul-mato-grossense. Online. Disponível em <http://www.eca.usp.br/alaic/material%20congresso%202002/congBolivia2002/trabalhos%20completos%20Bolivia%202002/GT%20%204%20%20Roberto%20E%20Benjamim/gladis%20linhares.doc> Acesso em jan. 2006.

LOBATO, Elvira. Igreja Universal compra mais uma TV. **Folha de S. Paulo.** SP: Folha da Manhã, 05 nov. 1996. online.

MACHADO, Arlindo (2001). **A Televisão Levada a sério.** São Paulo: Senac

MARTÍN BARBERO, Jesús . **O ofício de cartógrafo/Travesíaslatinoamericanas de la comunicación en la cultura,** Santiago do Chile: Fondo de Cultura Económica, 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; GERMÁN Rey. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

MELO, José Marques de. **Para uma leitura crítica da comunicação.** São Paulo: Paulinas, 1995.

MICELI, Sérgio. **A noite da Madrinha.** São Paulo: Perspectiva, 1972.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Relação dos Sócios das Emissoras de Rádio e Televisão.** Brasília: 2003. Disponível em: <<http://www.mc.gov.br>>. Acesso em mar. 2004.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Quadro de Sócios e Diretores dos Canais de Televisão.** Brasília: 2005. Disponível em: [www.mc.gov.br/rtv/licitacao/controle](http://www.mc.gov.br/rtv/licitacao/controle). Acesso em fev. 2006.

MIRA, Maria Celeste . **O Circo Eletrônico Silvio Santos e o SBT**. São Paulo: Olho d Água, 1990

MOTA, Regina . **A épica eletrônica de Glauber: um estudo sobre cinema e TV**. Belo Horizonte: UFMG. 2001.

MTV Cuiabá. **MTV Cuiabá & Rede Cidade Verde de Comunicação**. Disponível em [www.mtv cuiaba.com.br/emissora](http://www.mtv cuiaba.com.br/emissora). Acesso em fev. 2006.

O DOCUMENTO. **Educação de Cuiabá lança primeira mini-série mato-grossense**. 23 out. 2004. Disponível em: <<http://www.odocumento.com.br/noticia.php?id=122968>>. Acesso em dez. 2005.

O ESTADO DE S.PAULO, jornal. **Semana de 5 a 11/01/2005**. Caderno 2 e suplemento Telejornal.

Organizações Jaime Câmara. Disponível Em: <[Http://Goiasnet.Globo.Com/Ojc/Historia/Ojc/Historia.Htm](http://Goiasnet.Globo.Com/Ojc/Historia/Ojc/Historia.Htm)>. Acesso Em 12 Dez. 2005.

PÁGINA RURAL. Notícias. Disponível em: <[http://www.paginarural.com.br/noticias\\_detalhes.asp?subcategoriaid=61&id=34](http://www.paginarural.com.br/noticias_detalhes.asp?subcategoriaid=61&id=34)>. acesso em 31 jan. 2006.

PERUZZO, Cicília M. K. TV comunitária: aspectos históricos. **BOLETÍN ALAIC Comunicación para Latinoamérica**. São Paulo, n. 8, fevereiro de 2003. Disponível em: <http://www.eca.usp.br>. Acesso em mar de 2003.

POSSEBON, Samuel. **O mercado de comunicações (tal qual em setembro de 2005**. (e-mail), 2005.

RADIOBRÁS. **TV nacional**. Disponível em: < [www.radiobras.gov.br/tvnacional2/tvnac](http://www.radiobras.gov.br/tvnacional2/tvnac). Acesso em dez. 2005. Fonte:

RAMOS, Fernão Pessoa. Cinema-Verdade no Brasil. In TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (org.). **Documentário no Brasil: Tradição e transformação**. São Paulo: Summus, 2004. p. 81.

RAMOS, Murilo . TV por Assinatura: Segunda onda de globalização da televisão brasileira in: MORAIS, Denis (org). **Globalização, Mídia e Cultura Contemporânea**. Campo Grande: Letra Viva, 1997

REDE União. 2005. Disponível em:< <http://www.redeuniao.com.br/institucional.asp>>. Acesso em 14 dez. 2005.

REIMÃO, Sandra. **Em Instantes** Notas sobre a programação da TV Brasileira (1965-1995).São Paulo: UMEESP, 2001.

RENAULT, Letícia . **Comunicação e Política nos canais de televisão do poder legislativo no Brasil**. Belo Horizonte: Assembléia Legislativa de Minas Gerais, 2004

REVISTA DE CINEMA. **Produção Nacional**. Disponível em: < [www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao28/producao\\_nacional](http://www2.uol.com.br/revistadecinema/edicao28/producao_nacional). Acesso em fev. 2006.

REVISTA TELA VIVA, nov n. 144, 2004.

ROCHA, Roseani. **Forçando a nota da produção local** (Grupo Gazeta). Portal da Propaganda. 2004. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com/vitrine/midia/2004/09/0002>> Acesso em 17 jan. 2006.

ROUSILEY, Maia . O papel da mídia na pré-estruturação da esfera pública política. In: **Annual Conference of International Association for Media and Communication Research** (IAMCR). Glasgow, 1998.

SAAB, William George Lopes; RIBEIRO, Rodrigo Martins. **Panorama atual do mercado de salas de exibição no Brasil**. Disponível em: [www.cinemabrasil.org.br/cadastro/set1209](http://www.cinemabrasil.org.br/cadastro/set1209). 2002. Acesso em fev. 2006.

SANTOMAURO, Antonio Carlos. De olho na riqueza regional. **Meio e Mensagem**, n. esp, 4 abril, 2005.

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, radiodifusão e voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. (Org.). **Rede Globo:40 anos de poder e hegemonia**. São Paulo, 2005, v. 1, p. 77-101.

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. O setor audiovisual brasileiro: entre o local e o internacional. **Eptic, Online**, v. VII, n. 1, p. 96-135, 2005.

SATO, Fabiane; SIQUEIRA, Marcelo AGUILERA, Yuri. **A visão dos assinantes de TV a cabo sobre o CNU**. Monografia. Campo Grande: UFMS, 2000. Disponível em: [www.abtu.org.br/arquivos.asp](http://www.abtu.org.br/arquivos.asp). Acesso em jan. 2006.

SBT-Sistema Brasileiro de Televisão. Emissoras: TV Vitoriosa Ituiutaba. Disponível em: [www.sbt.com.br/comercial/emissoras](http://www.sbt.com.br/comercial/emissoras), Acesso em fev. 2006.

SIMIS, Anita . **Estado e Cinema no Brasil**. São Paulo: AnnaBlume/Fapesp, 1996.

SISCOM **Sistema de Informação dos Serviços de Comunicação de Massa**. Disponível em Site. Disponível em: [http:// www.sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp](http://www.sistemas.anatel.gov.br/siscom/consulta/default.asp) . Acesso em fev. 2006.

Site. Disponível em: <http://gazetaonline.globo.com> Acesso em 08 set 2006

Site. Disponível em: <http://www.tvcapixaba.com.br> Acesso em fev 2006

Site. Disponível em: [http:// Atlas de Cobertura da Rede Globo de Televisão](http://Atlas de Cobertura da Rede Globo de Televisão). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: [http:// globosat.globo.com/usa](http://globosat.globo.com/usa) Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://> Mapa de cobertura Rede Record. Acesso em fev 2005.

Site. Disponível em: <<http://> [www.folha.uol.com.br](http://www.folha.uol.com.br). Acesso em nov de 2005.

Site. Disponível em: <<http://> [www.abta.com.br](http://www.abta.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <<http://> [www.acritica.com.br](http://www.acritica.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://> [www.aic.br](http://www.aic.br);. Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://> [www.alerj.rj.gov.br](http://www.alerj.rj.gov.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://> [www.anatel.gov.br](http://www.anatel.gov.br) . Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <<http://> [www.anatel.gov.br/siscom](http://www.anatel.gov.br/siscom). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <<http://> [www.animalplanetbrasil.com](http://www.animalplanetbrasil.com). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://> [www.band.com.br](http://www.band.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <<http://> [www.bandsports.com.br](http://www.bandsports.com.br). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <<http://> [www.camara.gov.br/internet/tvcamara](http://www.camara.gov.br/internet/tvcamara). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <<http://> [www.cancaonova.com](http://www.cancaonova.com). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.clicrbs.com.br](http://www.clicrbs.com.br). Acesso em dez 2006

Site. Disponível em: <[http:// www.cnt.com.br](http://www.cnt.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.cnt.com.br](http://www.cnt.com.br). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.cnt.com.br/martinez..](http://www.cnt.com.br/martinez..) Acesso em dez 2005

Site. Disponível em: <[http:// www.directv.com.br](http://www.directv.com.br) . Acesso fev 2006

Site. Disponível em: <[http:// www.directv.com.br](http://www.directv.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.direitodoestado.com.br](http://www.direitodoestado.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.espnbrasil.uol.com.br](http://www.espnbrasil.uol.com.br). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.fndc.org.br](http://www.fndc.org.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.futura.org.br](http://www.futura.org.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.gazeta.com.br](http://www.gazeta.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.globo.com](http://www.globo.com). Acesso dez 2005

Site. Disponível em: <[http:// www.globo.com](http://www.globo.com). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.globosat.com.br](http://www.globosat.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.globosat.com.br](http://www.globosat.com.br). Acesso em dez de 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.globosat.com.br/multshow](http://www.globosat.com.br/multshow) . Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.globosat.com.br/sportv](http://www.globosat.com.br/sportv) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.hbobrasil.com.br/warner](http://www.hbobrasil.com.br/warner). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.ibope.com.br](http://www.ibope.com.br). Acesso em dez 2005

Site. Disponível em: <[http:// www.jornaldopara.com.br](http://www.jornaldopara.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.jornalsbtbelem.com.br](http://www.jornalsbtbelem.com.br). Acesso em fev 006.

Site. Disponível em: <[http:// www.lat.3com.com/br](http://www.lat.3com.com/br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.lat.3com.com/br](http://www.lat.3com.com/br). Acesso fev 2006



Site. Disponível em: <[http:// www.mec.gov.br/tvescola](http://www.mec.gov.br/tvescola) . Acesso jan/2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.midiatatica.org](http://www.midiatatica.org). Acesso em fev de 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.midiatatica.org](http://www.midiatatica.org). Acesso fev 2006

Site. Disponível em: <[http:// www.mixtv.com.br](http://www.mixtv.com.br) Acesso fev 2006

Site. Disponível em: <[http:// www.mtv.com.br](http://www.mtv.com.br) . Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.mtv.terra.com.br](http://www.mtv.terra.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.mtvbelém.com.br](http://www.mtvbelém.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.mundofox.com.br](http://www.mundofox.com.br) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.net.tv.br](http://www.net.tv.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.nossosaopaulo.com.br](http://www.nossosaopaulo.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.nossosaopaulo.com.br/MunicipiosDeSaoPaulo.htm](http://www.nossosaopaulo.com.br/MunicipiosDeSaoPaulo.htm) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.ojc.com.br](http://www.ojc.com.br). Acesso em fevereiro 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.oriobranco.com.br](http://www.oriobranco.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.portalcultura.com.br](http://www.portalcultura.com.br) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.portaldaamazonia.com.br](http://www.portaldaamazonia.com.br) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.portalorm.com.br](http://www.portalorm.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.pt.wikipedia.org](http://www.pt.wikipedia.org). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.pt.wikipedia.org/wiki/Globo\\_News](http://www.pt.wikipedia.org/wiki/Globo_News). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.redeband.com.br](http://www.redeband.com.br) . Acesso em dez 2005

Site. Disponível em: <[http:// www.redeglobo.com.br](http://www.redeglobo.com.br) .Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.redeglobo.com.br](http://www.redeglobo.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.redengt.com.br](http://www.redengt.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.rederecord.com.br](http://www.rederecord.com.br) . Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.rederecord.com.br](http://www.rederecord.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.rederecord.com.br](http://www.rederecord.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.rederecord.com.br](http://www.rederecord.com.br). Acesso fev 2006

Site. Disponível em: <[http:// www.redetv.com.br](http://www.redetv.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.redetv.com.br](http://www.redetv.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.redevida.com.br](http://www.redevida.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.sbt.com.br](http://www.sbt.com.br). Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.sbt.com.br/institucional](http://www.sbt.com.br/institucional). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.senado.gov.br/tv/conheca/historia.asp](http://www.senado.gov.br/tv/conheca/historia.asp). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.shoptour.com.br](http://www.shoptour.com.br). Acesso jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.sistemameridional.com.br](http://www.sistemameridional.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.sky.com.br](http://www.sky.com.br) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.sky.com.br](http://www.sky.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.sonypictures.com.br/axn](http://www.sonypictures.com.br/axn) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.sonypictures.com.br/canalsony](http://www.sonypictures.com.br/canalsony) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.terraviva.com.br](http://www.terraviva.com.br) Acesso fev 2006

Site. Disponível em: <[http:// www.tnt.com/country/pt\\_br.html](http://www.tnt.com/country/pt_br.html) Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tribunadopovo.com.br](http://www.tribunadopovo.com.br) . Acesso em dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.tva.com.br](http://www.tva.com.br). Acesso jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvativa.com.br](http://www.tvativa.com.br). Acesso em fevereiro 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvcamara.org.br](http://www.tvcamara.org.br) . Acesso em dez 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvdagente.com.br](http://www.tvdagente.com.br). Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvdagente.com.br](http://www.tvdagente.com.br). Acesso jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvhorizonte.com.br](http://www.tvhorizonte.com.br). Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvjustica.gov.br](http://www.tvjustica.gov.br) . Acesso em dez 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvratibum.com.br](http://www.tvratibum.com.br) Acesso dez 2005.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvsenado.org.br](http://www.tvsenado.org.br) . Acesso em dez 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.tvunibh.tv.bh](http://www.tvunibh.tv.bh) . Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.ulbra.br/tecnologia/ulbratv.htm](http://www.ulbra.br/tecnologia/ulbratv.htm). Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <[http:// www.xicograziano.com.br](http://www.xicograziano.com.br). Acesso jan 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.al.es.gov.br/>. Acesso fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.eps.ufsc.br/disserta99/lima/cap7.html>. Acesso em jan 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.ipes.es.gov.br/> - Aceso fev /2006

Site. Disponível em: <<http://www.premiosparavoce.com.br/emmovimento/materia.asp?no=3138>. Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.redesim.tv.br> Aceso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.redetribuna.com.br> -;Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.revelandoosbrasis.com.br>. Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.sertes.com.br>. Acesso em fev 2006.

Site. Disponível em: <<http://www.tvvitoria.com.br> Acesso em fev 2006

TRIUNFO Participações e Investimentos S.A. **Relatório Anual do Agente Fiduciário:** exercício 2003. Disponível em: <http://www.planner.com.br/RA2003/TRIUNFO2003.PDF>. Acesso em dez. 2005.

TV Gazeta Cuiabá. TV Gazeta Cuiabá Canal 19. Disponível em: [www.tvgazetacuiaba.com.br/historico.php](http://www.tvgazetacuiaba.com.br/historico.php). Acesso em fev. 2006.

VAZ, José de Oliveira. **TV Itacolomi, sempre na liderança**. Belo Horizonte: Estado de Minas, 1995

# **ANEXOS**

Anexo 1  
As experiências dos sem tela brasileiros  
Dr. Álvaro Benevenuto Jr.<sup>265</sup>

---

<sup>265</sup> Este trabalho foi cedido pelo prof. Dr. Alvará Benevenuto Jr para colaborar com o mapeamento da produção audiovisual brasileira e ajuda a situar o momento histórico em que se desenvolveu a produção audiovisual independente no Brasil.



Vivia-se, no Brasil dos anos 1980, o começo de uma década que apresentaria alterações nas relações políticas e sociais, com o aumento das representações de oposição nas câmaras legislativas, as declaradas intenções do governo em encerrar o ciclo dos generais-presidentes, as campanhas em favor das eleições diretas para os poderes executivos federal e estaduais (a campanha das Diretas Já) e o movimento social reivindicatório estava em ebulição, em fase de se reconstituir. No panorama da radiodifusão, o mercado de TV continuava restrito às grandes firmas que, além de capital financeiro, tinham capital político e simbólico (muito influentes) para responder ao projeto de desenvolvimento do país, principalmente nas duas décadas de regime militar. Apesar da entrada de outros fornecedores nacionais de conteúdos nas emissoras, os produtores independentes buscaram outros caminhos para exibir seus audiovisuais.

Nesse sentido, aqueles que tinham militância junto aos movimentos sociais ganharam relevância e visibilidade, uma vez que suas realizações eram usadas em processos educativos não formais, desenvolvidos pelas organizações sociais e populares que reaparecem no cenário nacional, montando, com o incentivo da recém criada ABVMP, uma rede de trocas de conteúdos viabilizada pelo envio de fitas.<sup>266</sup>

Mas a militância social não foi o único ingrediente que fomentou o investimento de esforços, tempo e verba para produzir e exibir audiovisuais fora do circuito das emissoras de televisão. Nas universidades e em centros de cultura, foram criados espaços, mostras e festivais compostos por produções independentes e alternativas, se inspirando nas idéias dos centros populares de cultura, da União Nacional de Estudantes (UNE). Mesmo estando localizadas nas grandes cidades, onde também se concentravam as manifestações em favor das mudanças políticas e sociais, essas atividades alcançavam um público limitado, embora os organizadores não economizassem esforços para garantir a repercussão dos eventos.<sup>267</sup>

---

<sup>266</sup> Essa rede solidária de troca de conteúdos não é uma experiência inédita em termos de movimentos sociais na América latina. O pesquisador uruguaio Mário Kaplún, em 1978, já havia estudado um processo de formação de rede solidária de trocas de fitas (de áudio, o cassete-fórum), desenvolvido pelos sindicatos uruguaiois. Ver mais detalhes em PERUZZO, Cícilia M. K. **Comunicação nos movimentos populares**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 269-274.

<sup>267</sup> Cabe registrar que a Folha de S. Paulo, INTERCOM e União Cristã Brasileira de Comunicação Social (UCBC) organizaram, entre 20 de abril e 1 de maio de 1984, a I Mostra Brasileira de Vídeo Militante, com 25 títulos realizados por produtores independentes e articulados com o movimento social. O evento, entretanto, não aconteceu porque a Polícia Federal exigiu o certificado de liberação da Censura, gerando manifestações de desaprovação, entre elas, a do presidente da OAB paulista, Márcio Thomas Bastos, atual ministro da Justiça.

Dentre essas várias articulações dos produtores do audiovisual eletrônico, algumas experiências merecem ser apontadas - e descritas - com o intuito de construir um quadro esquemático<sup>268</sup> para facilitar o entendimento das políticas sociais que vão ser constituintes de mobilizações em favor da democratização das mídias, em especial, da radiodifusão.<sup>269</sup>

Para preparar a convocatória do primeiro encontro de produtores independentes de vídeo, além daqueles que haviam fornecido conteúdos para as emissoras, estavam relacionados mais de cem grupos de ativistas do vídeo no país, oriundos de movimentos cujas ações estavam balizadas pelas decisões dos protocolos da Nova Ordem Mundial da Informação e da Comunicação (NOMIC, rubricada pela UNESCO) e do Concílio Vaticano II (em composição com a Carta de Puebla), documentos protocolares internacionais que indicavam a necessidade social de reconhecer as discrepantes condições da vida no planeta e cobravam a elaboração de políticas de ação institucionais para garantir os direitos natos da humanidade.

Dentro dessas linhas gerais de atuação das instituições mundiais, com evidência para o trabalho das igrejas Católica e Evangélica de Confissão Luterana, percebe-se a opção pelos pobres e desassistidos, incentivando o redirecionamento das práticas eclesiais voltadas, no primeiro plano, para a conscientização e, depois, para a doutrina evangelizadora. Sendo assim, a adoção de tecnologias para a disseminação dos trabalhos deram ao uso do vídeo, pela sua imediatez e praticidade, credenciais de ser a alternativa mais viável.

Para alcançar esse objetivo, vários núcleos de produção foram montados e identificados pelos organizadores daquele encontro. Tanto é que um dos primeiros grupos de produtores independentes a ser relacionado foi o pessoal que participou de um colóquio voltado para especialistas em comunicação, em Lima (Peru), que tinha como tema central o Uso Pastoral do Videocassete<sup>270</sup>, detonando uma série de outras atividades teórico-práticas do setor.

Outro evento importante para o surgimento de um movimento de vídeo popular foi o I Encontro Nacional de Audiovisual e Videocassete para a Evangelização no Meio Popular e

---

<sup>268</sup> Amaral, em sua tese de doutoramento, faz uma radiografia dos sem-tela, reportando à história da televisão alternativa no país, nas décadas de 1980 e 1990. Ver em AMARAL, Irene Cristina Gurgel do. **A movimentação dos sem-tela: um histórico das televisões alternativas no Brasil.** 1995. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

<sup>269</sup> Aqui, o conceito de radiodifusão é aplicado na sua totalidade, levando em conta a complexidade do termo, uma que vez se reconhece a existência de um denso movimento social em favor das rádios comunitárias, oficializadas a partir de 1998. Existem procedimentos legais e entraves burocráticos nos processos de regulação desses serviços, porém, para esse estudo, limita-se a observação para as questões relativas à televisão.

<sup>270</sup> SANTORO, op. cit., p. 64.

Grupal, realizado em Teixeira de Freitas (BA), de 20 a 29 de janeiro de 1984.<sup>271</sup> O registro de Santoro oferece pistas para perceber o impacto e a repercussão que a produção alternativa de audiovisuais eletrônicos tinha no movimento social brasileiro, além de servir de parâmetro para mensurar a sua força naquele momento histórico.

Para a constituição de um quadro referencial das produções em vídeo nacionais, entretanto, recorrer-se-á ao registro que foi realizado a partir da fundação da Associação Brasileira de Vídeo no Movimento Popular<sup>272</sup>, tentando preservar a cronologia devido aos carentes registros existentes.

### 1. Projeto Audiovisual

O projeto começou na área de atuação da Diocese em Teixeira de Freitas, na Bahia, realizando vídeos com a participação efetiva dos integrantes das comunidades, com exibições em centros comunitários ou salões paroquiais. A abordagem principal dos audiovisuais eram as temáticas sobre a propriedade da terra, o massacre das comunidades indígenas, a colônia de pescadores, as comunidades eclesiais de base e as condições de vida da população em geral. Algumas vezes os trabalhos eram apresentados em praças ou outros logradouros públicos.

### 2. Centro de Documentação e Memória Popular (RN)

Funcionando em Natal, com o apoio da Arquidiocese, era um centro que trabalhava direitos humanos desde 1978 e, a partir da facilidade de acesso ao equipamento de exibição/produção de vídeo, passou a usar a tecnologia como apoio para o desenvolvimento de suas atividades. O vídeo, para esse centro, assumiu a função de registrar e documentar as lutas populares das comunidades atendidas pela Arquidiocese, com a proposta de criar um outro meio de comunicação para os envolvidos nas atividades.

---

<sup>271</sup> SANTORO, op. cit., p. 65.

<sup>272</sup> Algumas organizações, centros de assessoria, grupos e produtoras eventuais serão preteridas nesse levantamento. Isso se justifica pela falta de frequência da produção, pela sua efemeridade, pela ausência de registros na literatura acadêmica, nos arquivos de entidades afins e nas anotações pessoais do pesquisador e até mesmo por falha de memória. A exemplo dessas situações, não se registra o Grupo de Vídeo Navegantes, montado por produtores associados à Regional Sul da ABVMP, em 1990, que fez a cobertura da Festa de Nossa Senhora dos Navegantes, uma das principais manifestações religiosa-popular de Porto Alegre, mobilizando oito equipes, equipamentos para fazer os registros dos preparativos, da festa e o desmonte dos cenários por onde a procissão passou. Da mesma forma, também não se faz o registro da mobilização nacional de equipamentos e equipes que montaram o vídeo A Greve Geral de 1986, pela sua eventualidade.

### 3. TV Maxambomba - Centro de Criação da Imagem Popular (CECIP) / RJ

Uma organização civil independente, no Rio de Janeiro, formada por profissionais oriundos das áreas de educação, comunicação e sociologia, que se dedicava à produção de material educativo-cultural audiovisual, em *slides*, quadrinhos, impressos e vídeo. Atuando em duas linhas mestras (o projeto Vídeo Popular - TV Maxambomba e à prestação de serviços de assessoramento profissional aos movimentos sociais), experimentava, no vídeo, algumas possibilidades de sua inserção no trabalho de formação e capacitação de lideranças de base. O vídeo ganhou espaços diferenciados para exibição e circulação, contando com o apoio de um microônibus para as mostras realizadas nas ruas e logradouros. Embora restrita, a apresentação dos produtos chegou a reunir de 200 a 300 pessoas por sessão.<sup>273</sup>

### 4. Lilith Vídeo (SP)

Formado por militantes do movimento de mulheres, com sede em São Paulo, desenvolveu atividades de arquivamento e monitoramento das produções em vídeo que abordavam as questões relacionadas à condição feminina na sociedade brasileira. Atuou em consonância com o Conselho Estadual da Condição Feminina em São Paulo e produziu vários - e premiados - vídeos sobre a mulher e a sociedade. Uma das propostas do grupo para incentivar e financiar a execução de audiovisuais eletrônicos era a de que as produções estivessem ligadas a temas ainda não tratados em vídeo e que possibilitassem sua utilização por um período de três a quatro anos, dando longevidade aos trabalhos.<sup>274</sup>

### 5. Grupo de vídeo do Centro de Assessoria Multiprofissional (CAMP) /RS

Operando como setor de comunicação do Centro de Assessoria Multiprofissional (CAMP), o grupo foi o pioneiro, em 1984, a registrar as imagens eletrônicas dos movimentos sociais gaúchos, visando à composição de um acervo histórico. Ao mesmo tempo, realizou coberturas e produziu vídeos para uso das organizações de trabalhadores (à época, grupos de oposição nos movimentos sindical e comunitário), vindo a assumir sua real configuração como produtora de vídeo na década de 1990. Seus vídeos eram exibidos em atividades de formação e de conscientização de militantes do movimento social, circulando em circuitos

---

<sup>273</sup> GUMUCIO DAGRÓN, Alfonso. **Haciendo holas**. Historias de comunicación participativa para el cambio social. Nova Iorque: The Rockefeller Foundation, 2001. p. 102

<sup>274</sup> SANTORO, op. cit., p. 77.

fechados. Depois de dez anos, a Camp Vídeo transformou-se em produtora comercial de audiovisuais, enquadrada num projeto de sustentação financeira dos trabalhos de assessoria aos movimentos.<sup>275</sup>

#### 6. Federação das Entidades de Assistência Social e Educacional (FASE)

Organização de âmbito nacional, mas com forte atuação no Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul, a Federação das Entidades de Assistência Social e Educacional (FASE) montou seu setor de vídeo na segunda metade dos anos 1980, aproveitando as experiências com a realização de audiovisuais em *slides*, que abordavam temáticas sociais, do trabalho, de prevenção à saúde e educação para a cidadania. O setor de vídeo continuou produzindo nessa linha, com equipamento próprio, fazendo as exposições em locais fechados, como escolas, centros comunitários e outras entidades do movimento social. Foi uma das precursoras do Canal Comunitário do Rio de Janeiro, em 1996.

#### 7. TV Viva (PE)

Ligado ao Centro Cultural Luís Freire, de Olinda (PE), o projeto TV Viva começou em 1984, fazendo programas de cunho cultural-educativo junto às populações carentes da região metropolitana de Recife e Olinda. Seu método era a exibição mensal de vídeos nas praças e em logradouros públicos, abordando temáticas acerca de cuidados com a saúde; sobre a importância da preservação do patrimônio histórico, resgate da memória popular e a mobilização para resolver problemas do cotidiano de cada bairro no qual eram gravados os programas. Usava o humor, a musicalidade e a descontração do nordestino como ferramentas para prender a atenção dos espectadores e, também, para criticar a sisudez dos jornais das redes nacional (principalmente o Jornal Nacional). O grupo chegou a ter espaço na grade de programas da TV Gazeta, em São Paulo, depois de ganhar vários prêmios em festivais nacionais e internacionais. Porém a proposta não conseguiu retorno financeiro e nem a garantia de continuidade. No início dos anos 1990, a TV Viva transformou-se em produtora de vídeo comercial, afastando-se das organizações sociais.

---

<sup>275</sup> Ver detalhes em BENEVENUTO JR., Álvaro. 20 anos de vídeo no movimento social gaúcho: do engajamento ao financiamento da ação. CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27, 2004, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: PUCRS, 2004. 1 CD. e BENEVENUTO JR.; SCHOMMER, op. cit., p. 185-200.

## 8. TV Bixiga (SP)

Apontada por Santoro como a experiência pioneira de televisão de bairro em São Paulo, esse projeto começou a exibir suas produções em abril de 1986, através de monitores instalados nas ruas de grande circulação de moradores do tradicional bairro de colonização italiana da capital paulista, nos finais de semana. A proposta básica da equipe de realizadores era a de apresentar um programa diferente dos telejornais, que contasse as histórias, relevasse o cotidiano dos habitantes do bairro, as atividades culturais, as atividades comuns daquela localidade. Para tal, mobilizaram grupos de moradores para pautar, fazer as reportagens e apresentar os programas da TV Bixiga. Ela contava com o apoio do Museu do Bixiga, de uma produtora de vídeo (Fast Vídeo), Igreja Nossa Senhora da Achiropita e de comerciantes do bairro, que cotizavam-se para viabilizar o projeto <sup>276</sup> que não ficou no ar por mais que três anos. Entretanto, a repercussão local foi de grande impacto, que a TV Gazeta, através do programa *Ondas livres*, transmitia as atividades culturais semanalmente.

## 9. Enúgbárijó Comunicações (local)

Grupo formado por militantes do movimento social, atuou com recursos próprios para registrar e exibir atividades ligadas às campanhas desenvolvidas por entidades ligadas às representações das minorias sociais, dando atenção especial aos movimentos de mulheres, indígenas e negros. O gênero documentário na mídia impressa, com que o grupo trabalhava, foi o estopim para perceber o audiovisual como documento da história contemporânea do país. A opção pelo vídeo se justifica porque ele é uma tecnologia ágil e que serve, também, como meio de agitação cultural eletrônica, educação das sensibilidades e guerrilha eletrônica, entre outras maneiras de valorização da luta de classes. Os programas eram exibidos em escolas, centros comunitários, salões paroquiais e sindicais, através de equipamento do próprio grupo, e a comunidade tinha acesso às reproduções através de empréstimos, permuta e compra de fitas.

## 10. Vídeo Kayapó (PA)

---

<sup>276</sup> SANTORO, op. cit., p. 76. Ver também MATTAR, Maria Eduarda. Cidadania em cena. **Revista do Terceiro Setor**. Rede de Informações para o Terceiro Setor. Disponível em: < [http://www.cidadania.org.br/imprimir.asp?conteudo\\_id=944&secao\\_id=>](http://www.cidadania.org.br/imprimir.asp?conteudo_id=944&secao_id=>). Acesso em: 22 set. 2005.

Idealizado pela fotógrafa Mônica Frota, contando com o apoio de uma equipe de antropólogos, o projeto *Mekaron Opoi D joi* (o que cria imagens, na língua gê, usada pelas tribos kayapó) começou em 1985, quando algumas câmeras foram colocadas à disposição de dois grupos silvícolas, que habitavam no Sul do Pará, prospectando a observação antropológica sobre os procedimentos de preservação da memória cultural das comunidades *Metuktire* e *Mekrangnot*. Depois de algum tempo, as fitas passaram a circular entre outras comunidades indígenas, passando a ser um meio de comunicação entre os caciques, pajés e as famílias kayapó. Logo em seguida, os indígenas começaram a usar o vídeo como forma de registro de negociações feitas com o governo, além de ser uma maneira de mostrar o desempenho das representações tribais nas idas (e vindas) às instituições que respondem pela tutela, servindo como ferramenta de democratização dos discursos em questão.<sup>277</sup>

#### 11. Centro de Comunicação São Miguel (CEMI) / SP

Criado em 1983, para trabalhar com a comunicação nas camadas populares dos arrabaldes da capital paulista, o Centro de Comunicação São Miguel (CEMI), ligado à Igreja Católica e às Comunidades Eclesiais de Base (CEBs), foi um dos primeiros a operar essa nova tecnologia de comunicação como ferramenta para desmistificar a importância social dos meios de comunicação de massa, oferecendo aos membros das comunidades atendidas a oportunidade de produzir e difundir as suas próprias mensagens. Teve papel importante na construção do conceito da comunicação popular, uma vez que os indivíduos participavam de todo o processo de realização audiovisual (e do impresso, mais antigo e mais freqüente), permitindo momentos de reflexão sobre a construção midiática.

#### 12. Vídeo Memória (PR)

O grupo paranaense de pesquisadores independentes tem no ano de 1986 como o de início das realizações no âmbito do audiovisual eletrônico, continuando o levantamento das lutas sociais através de registros fotográficos e elaboração de impressos. Estabelecendo relações institucionais muito fortes com sindicatos de trabalhadores urbanos e com o Movimento Sem Terra (MST), o grupo usou o vídeo não apenas como registro das cenas cotidianas, mas também como elemento fomentador de debates sobre as condições de vida no cenário da luta de classes. No trabalho com o MST, as exibições eram feitas nos

---

<sup>277</sup> GUMUCIO DAGRÓN, op. cit., p. 95-100.

acampamentos, e os produtos sempre recebiam avaliações dos espectadores, transformando-se, assim, numa ferramenta de aprendizagem.

### 13. Núcleo de Vídeo e Documentação (NVD) / RS

Formado por intelectuais, profissionais liberais e produtores culturais independentes em 1985, esse núcleo atuou no Rio Grande do Sul registrando as manifestações da cultura local, com a proposta de criar um acervo de imagens eletrônicas da história presente no Estado. Também atuou em conjunto com o Grupo de Estudos Agrários (GEA), realizando audiovisuais sobre a questão da terra, tecnologias alternativas para o meio rural, preservação ambiental e saúde. Os programas eram exibidos em mostras competitivas, seminários dos GEA e em sessões promovidas por escolas, universidades e organizações sociais.

### 14. Rede Pixurum

Criada em 1989, como resultado de atividades educativas da Assessoria e Serviços a Projetos em Tecnologia Alternativa (AS-PTA), cuja atuação é bem intensa no sertão nordestino, centro-sul do Paraná e Oeste catarinense, a Rede Pixurum foi uma experiência que pretendeu capacitar produtores rurais para a produção de vídeos, usando sua própria linguagem imagética e sonora. Em 1990 esse projeto adquiriu equipamentos de gravação e edição (precária) de vídeo, realizando uma oficina para formar os operadores e propondo uma pauta de ação das equipes, a partir das realidades apresentadas pelos participantes. Ela atuou conjuntamente com sindicatos de trabalhadores rurais das regiões assistidas pela AS-PTA no Paraná, Santa Catarina, na região Nordeste do Rio Grande do Sul e com o próprio MST, área de trabalho da equipe meridional da entidade.<sup>278</sup>

### 15. Vídeo Sindical

Embora exigindo inversão substancial de verbas para adquirir equipamentos e contratar profissionais, a realização de vídeos *para, com e pelo* movimento sindical foi uma das atividades que marcaram o desenvolvimento dos projetos de comunicação dos trabalhadores nas duas últimas décadas do século XX. Em quantidade de produtos, ele não supera os impressos e as inserções em rádio, mas essa atividade ganhou relevância política

---

<sup>278</sup> Anotações do diário de campo.



quando as entidades sindicais começaram a mostrar suas imagens nos intervalos comerciais, montaram *videomóveis*<sup>279</sup> para animar concentrações nas portas de fábricas durante as paralisações ou desenvolveram projetos articulados com outras instituições sociais, visando à luta pela qualidade de vida.

Nesse âmbito, a TV dos Trabalhadores, do Sindicato dos Metalúrgicos do ABC paulista, é o projeto pioneiro no Brasil. Ela começou a operar em 1986, como setor do Departamento Cultural, com o propósito de trabalhar a questão da imagem desde o mundo operário e das organizações sociais, sempre ausentes dos meios audiovisuais e constituir um movimento nacional de TVs dos Trabalhadores, reunindo as organizações congêneres e afins com capacidade de produzir e distribuir audiovisuais eletrônicos e de colaborar com o processo de democratização da comunicação.<sup>280</sup> A partir dessa experiência, outros sindicatos montaram seus setores de vídeo, a exemplo dos Rodoviários de Santo André, em 1988, com a Gabriela Eletrônica; os Bancários de São Paulo, em 1987 e Porto Alegre, em 1990 (TV Bancários); Telefônicos gaúchos e mineiros (1986 e 1987, respectivamente). Outros sindicatos optaram pela realização de vídeo através de contratação de equipes para cada evento em função da disponibilidade de caixa, como aconteceu com o Sindicato de Metalúrgicos de Porto Alegre e Sapateiros de Campo Bom (através do grupo de vídeo do CAMP).

#### 16. Comunicação para o Desenvolvimento da América Latina (CODAL)

Buscando ampliar a democratização das técnicas de produção e transmissão de sons e imagens no sistema VHF, o Projeto Comunicação para o Desenvolvimento da América Latina (CODAL) realizou, através da Associação Brasileira de Vídeo Popular, uma oficina de capacitação em comunicação comunitária na cidade de Belo Horizonte, entre 26 de maio e 4 de julho de 1993, com o apoio da TV Sala de Espera (vinculada à Secretaria de Saúde de Minas Gerais). Participaram do evento 35 pessoas oriundas de organizações e de projetos alternativos de produção e de uso do vídeo oriundas de doze estados do Brasil, incluindo a sede. Esse grupo operou, durante três dias, a TV Beira Linha, usando um transmissor de baixa

---

<sup>279</sup> Veículos equipados com projetores ou monitores de vídeo, som amplificado, para serem usados em diversas manifestações públicas.

<sup>280</sup> SANTORO, op. cit., p. 74. Ver também FESTA, Regina. **TV dos Trabalhadores**: a leveza do alternativo. 1991. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

potência (100 W, no canal 8) que alcançou um raio de seis quilômetros, envolvendo a população local.

As equipes de alunos-produtores preparavam conteúdos para o noticiário de 45 minutos diários, composto por 14 blocos de matérias locais, de comportamento, experiências coletivas de sucesso do local, da cidade (Belo Horizonte) e de outros cantos do país, aproveitando os vídeos dos alunos. Também estava na programação quadros musicais, culturais, culinária, humor, matéria infantil e juvenil, e destaque para discussões sobre implantação de um aterro sanitário na região [... A] equipe procurou também, acompanhar a recepção dos programas transmitidos. Pesquisou residências e os pontos de recepção coletiva (bares escolhidos como pontos de referência para quem não recebia bem o sinal) para levantar pautas, avaliar a aceitação da programação e ensinar as pessoas a sintonizarem o canal 8 .<sup>281</sup>

### 17. Outras manifestações sociais na tela pequena

Embora a fase das propostas e projetos voltados à realização vídeo fora dos ambientes de televisão tenha sido intensa até a metade da década de 1990, praticamente desaparecendo atualmente, há setores dos movimentos sociais que continuam buscando essa forma independente de produção e difusão dos conteúdos. Dentre os grupos de resistência, tem se destacado o Centro de Mídia Independente (CMI, ou *Indymedia*, na versão mundial), que usa a internet como forma de dissipação dos conteúdos audiovisuais. O CMI é uma articulação de voluntários originada a partir das manifestações contra a formação da Área de Livre Comércio das Américas - ALCA, ocorridas na cidade de Seattle, Estados Unidos, em 1999, durante a Cúpula dos Países Americanos, convocada pelo governo dos Estados Unidos. No Brasil não foi diferente. Surgido em decorrência de um protesto realizado em setembro de 2000, o CMI do Brasil colocou seu site no ar em dezembro do mesmo ano .<sup>282</sup>

Naqueles dias ocorreram muitos embates entre ativistas sociais e polícia, enquanto a imprensa mundial que cobria a reunião seguia a linha editorial ditada pelos grandes grupos econômicos, caracterizando os manifestantes como baderneiros, e apoiando, mesmo que na esteira da propalada imparcialidade, os mecanismos repressores utilizados na operação militar que então se configurou .<sup>283</sup>

---

<sup>281</sup> PERUZZO, Círcia M.K. TV Comunitária: aspectos históricos. **Boletim Alaic**. São Paulo, n. 8, fev. 2003. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletim8/cicilia.doc>>. Acesso em 16 mar. 2003. MATTA, op. cit.

<sup>282</sup> Ver CABRAL, Adilson. [Cinco anos de Indymedia: construindo novos modelos de comunicação democrática. In: Verso e Reverso - Revista de Comunicação da Unisinos, São Leopoldo, ano XX, n. 41, 2005-2.](#) Disponível em: <<http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=5&s=3>>. Acesso em 24 set. 2005.

<sup>283</sup> SANTOS, Juliano M. **Centro Independente de Mídia como exemplo de mídia radical: a análise de um voluntário.**, 2005. Monografia (Relatório de pesquisa em Comunicação Alternativa) - Centro de Ciências Humanas e Comunicação, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul.

Para reagir a este posicionamento internacional e para oferecer outra leitura sobre o fato, voluntários se organizaram em torno de uma central multimídia para distribuição de notícias sobre Seattle, usando a internet como suporte tecnológico. Assim, ofereceram textos, áudio e vídeo das manifestações contrárias à ALCA e estenderam essa articulação social para outros países, redundando na formação de campanhas internacionais pelo direito à informação e democratização da comunicação.

No Brasil, coletivos do CMI estão organizados em São Paulo, Rio de Janeiro, Goiânia, Salvador, Fortaleza, Florianópolis, Curitiba, Porto Alegre e Caxias do Sul<sup>284</sup> e integra a Campanha CRIS, que reúne pesquisadores num observatório de comunicação que se propõe a oferecer análises e críticas dos meios contemporâneos. Ocorrem outras ações no âmbito do audiovisual independente, mas agora elas estão voltadas para compor a programação dos canais comunitários na TV a cabo ou aquelas que se organizam no entorno de produtoras, para a fazer documentários e filmes, variando entre vídeo e película. Isso aconteceu em concomitância com a rearticulação da produção cinematográfica nacional, através da oferta da legislação de apoio ao financiamento da cultura e dos próprios audiovisuais.

No âmbito das TVs abertas, a Central Única dos Trabalhadores foi contemplada com uma emissora educativa, cuja assinatura da outorga ocorreu em março de 2005. Antes disso, no ano de 2004, a Central contratou espaço na Rede TV! (todos os sábados, às 14h15), para exibir o TV CUT, realizado por uma equipe de 32 profissionais, contratados através de um convênio com a agência de publicidade Fischer.<sup>285</sup> Esse programa teve sua estréia em sete de fevereiro daquele ano e ficou no ar até a assinatura da outorga do canal educativo. A partir de 2005, a Central também exibe o *ReperCUTE*, pela Rede Bandeirantes, sábados às 23h00.

No Rio Grande do Sul, os metalúrgicos de Caxias lançaram, em 2003, um programa semanal, exibido no intervalo do *Fantástico*, através da aquisição de espaço comercial da estação caxiense, com a duração de um minuto. Porém, não se pode afirmar que era uma produção alternativa ou sindical, pois a produção técnica estava sob a responsabilidade da RBS TV Caxias, como parte do contrato comercial.<sup>286</sup> Atualmente, o programa está sendo realizado pela UCS TV, da Universidade de Caxias do Sul, continuando sua exibição no intervalo comercial do programa *Show da Vida*.

---

<sup>284</sup> SANTOS, op. cit., p. 2.

<sup>285</sup> BETINI, Bartira **Lula afirma para reportagem da TV CUT que irá democratizar os meios de comunicação**. Agência CUT Notícias. Disponível em: <<http://www.cut.org.br>>. Acesso em: 6 fev. 2004.

<sup>286</sup> ZAGO, Lisiane B. **Os metalúrgicos no Fantástico**: a experiência do programa de televisão sindical em Caxias do Sul. 2004. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Comunicação Social - Jornalismo) - Centro de Ciências Humanas e Comunicação, Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul.

Para visualizar melhor a história recente dos sem tela brasileiros, apresenta-se o quadro que segue, onde localizam-se suas origens, articulações com os movimentos sociais e principais fontes de financiamento. A maioria dos projetos, entretanto, está desativada. Por vários motivos: desde o esgotamento da proposta do trabalho, até a falta de recursos financeiros. Outros projetos sucumbiram-se na própria desorganização dos grupos e em meio a disputas por espaços políticos entre as diversas formas de pensar a estratégia de ação do movimento social.

### Observações

O movimento social e os sindicatos aparecem com maior frequência na execução das experiências da produção de audiovisuais eletrônicos. A presença da igreja Católica também merece referência (principalmente nos grandes centros urbanos), desenvolvendo projetos de comunicação popular coerentes com as propostas do trabalho das Comunidades Eclesiais de Base. Esses dados indicam que as experiências relatadas têm ligação direta com as estratégias de ação social que visavam, em sua época, a reconquista dos direitos, da identidade da cidadania e constituir melhores condições de vida. No que se refere às fontes de financiamento, identifica-se a rara presença da autonomia.

É um cenário que reproduz detalhe importante da situação econômica e política brasileira da época. Essa afirmação é construída a partir da observação dos temas abordados: memória e cultura, qualidade de vida, trabalho e gênero, onde o vídeo servia suporte para as ações políticas e estratégicas nas organizações sociais, comunitárias e sindical.

Da análise desse quadro apreende-se que nas experiências dos sem tela brasileiros:

- há capacidade instalada de produção audiovisual eletrônica (intelectual e técnica) fora dos ambientes tradicionais de onde provém os conteúdos televisivos;
- existe um denso apoio de movimentos sociais e religiosos, ocorrendo num cenário político de transição (da ditadura à redemocratização), em favor de campanhas pela reconquista dos direitos sociais;
- são financiadas com o apoio da solidariedade internacional;
- estão preocupadas com os projetos de desenvolvimento social a partir do reconhecimento da necessidade de maior participação em esferas de planejamento de investimentos públicos e decisão política para implementação das ações;

- se constituíram no embrião das campanhas para a democratização dos meios de comunicação (Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação) e para monitorar a qualidade dos conteúdos, especialmente na televisão.

Anexo 2  
Meio & Mensagem especial: Grade de  
programação regional da TV Aberta

Anexo 3  
TV legislativa como espaço para cidadania

## **O caso da TV Assembléia em Minas Gerais**

Leonardo Vidigal

O trabalho de acompanhamento das atividades parlamentares é de grande importância para o esclarecimento dos cidadãos sobre o papel e a dinâmica do poder legislativo, além de conscientizar a população sobre algumas possibilidades de intervenção na realidade em um estado democrático de direito. É também um instrumento de prestação de contas acerca do trabalho dos parlamentares pagos com dinheiro público. Assim amplia-se a visibilidade e as janelas pelas quais a sociedade pode ficar a par dos trabalhos legislativos, o que era antes privilégio dos lobistas, dos poucos que podiam acompanhar pessoalmente as sessões da plenária ou das comissões e dos leitores dos diários oficiais. O acesso dado pela transmissão via satélite para o interior possibilita que o eleitor afastado da capital possa acompanhar o que os deputados ungidos com seu voto estão fazendo pela comunidade, fortalecendo assim a capacidade fiscalizadora do cidadão e, em última análise, as instituições democráticas.

Nesse sentido, a TV Assembléia de Minas de Gerais desenvolveu-se bastante nos últimos anos, tendo passado de uma cobertura aquém de seu objeto para uma apresentação abrangente dos trabalhos da casa legislativa mineira (embora o mesmo não se possa dizer da Câmara Municipal, cujo noticiário ocupa apenas 5,5% da programação). Graças a esse trabalho foi comprovado (por pesquisadores como Renault, 2004) que, depois da implantação da TV, houve um crescimento significativo da participação popular nas comissões, nas galerias do plenário e nas audiências públicas no interior.

Tal fato caracteriza um aumento do controle social sobre os representantes eleitos e uma ampliação do impacto da opinião pública sobre a atividade parlamentar, além de agir como motivação para a entrada de mais cidadãos na vida pública, oxigenando o poder legislativo. A existência de uma emissora como a TV Assembléia, uma das 17 existentes no país, se reveste de importância ainda maior no cenário brasileiro, onde os debates de interesse público acontecem, na maioria das vezes, mediados por canais de comunicação. Em sua maioria, essa publicização passa principalmente pelas TVs, sendo determinadas por



interesses privados, sem que existam formas duradouras de contato entre as instituições representativas e a população<sup>287</sup>.

Um dos efeitos marcantes dos 10 anos de presença da TV Assembleia no cenário político do Estado pode ser observado pela maneira como a imprensa mineira faz a cobertura jornalística do Poder Legislativo, passando a focar mais o trabalho das comissões e menos as votações em plenário (ou as cadeiras vazias do plenário). Assim passou a ser mais valorizado o processo pelo qual as leis são concebidas e abertas as trilhas para a população apresentar suas reivindicações aos deputados.

Tal mudança na mentalidade e na prática da imprensa em relação ao Legislativo tem um papel importante porque promove a familiarização com os meandros do poder político, transformando mito em realidade e diminuindo a sensação de impotência do cidadão. A cobertura passou a ter mais qualidade e a Casa começou a ser julgada em bases mais realistas, o que teve o efeito secundário de desnudar algumas das características questionáveis da Assembleia, como os salários indevidamente acumulados por alguns servidores e outras práticas que não eram conhecidas por falta de intimidade com o funcionamento da instituição.

A evolução do tratamento da imprensa ameniza também o fato da maioria da população ainda não ter acesso aos canais legislativos, mesmo com o sinal sendo transmitido também para o interior para quem não possui TV por assinatura.

Como uma parte significativa da programação é exibida ao vivo, pode-se dizer que a TV Assembleia recupera um pouco do estado de espírito da televisão<sup>288</sup> em seu formato original, antes do advento do videoteipe, na década de 60. A contínua exposição em tempo real mudou o comportamento dos deputados que, por um lado, passaram a tomar mais cuidado e a evitar posturas consideradas como questionáveis (como fumar em plenário) e, por outro, deu aos parlamentares uma tribuna midiática que, muitas vezes, é inflada artificialmente por aqueles que querem ter mais visibilidade, principalmente quando as eleições se aproximam.

A transmissão ao vivo não deixa de ser disciplinada pelas normas do parlamento, que por sua vez são refletidas nos manuais das TVs legislativas (por exemplo, enquadrando somente o orador da vez e mostrando a totalidade do plenário apenas nas votações, entre

---

<sup>287</sup> Renaul, Letícia. Op cit.

<sup>288</sup> Mota, Regina (2001). *A épica eletrônica de Glauber: um estudo sobre cinema e TV*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

outras). No entanto, ela quebra a produção da notícia tal como ela é realizada pela mídia convencional, fazendo que se perca um pouco do controle do acontecimento quando, por exemplo, não existe a possibilidade de consertar erros ou de ressaltar aspectos de indivíduos ou da instituição que na realidade são pouco significativos. Além disso, como notou Mota (2001), a realização em direto coloca frente a frente, de forma simbólica, o parlamentar com quem o assiste, possibilitando a captação simultânea do gesto e da palavra, aumentando assim a carga emocional envolvida e a transparência dos discursos e práticas.

Mas a dinâmica da TV parlamentar também altera a percepção que o espectador tem da repetição televisiva. As reprises são necessárias para que a população economicamente ativa possa acompanhar as questões de seu interesse serem debatidas em plenário. Assim a repetição nesse tipo de emissora perde menos a aura de novidade que reveste a imagem ao vivo. Ela não é considerada como algo colocado apenas para preencher a grade, como ocorre em algumas TVs por assinatura, inchando o chamado horário alternativo. Neste caso ela tem uma função a cumprir, assim como as reprises das principais sessões do semestre, que acontecem durante os períodos de recesso parlamentar, permitindo ao cidadão ter uma visão de conjunto do trabalho da Casa durante um certo período e ampliando a possibilidade do uso social das discussões e deliberações realizadas na Assembléia.

Dessa forma, uma emissora que foi criticada em seu início como um desperdício de dinheiro público, hoje é valorizada e usada pela população, que já começa a reivindicar que o seu sinal seja colocado nas frequências abertas. É a mídia sendo apropriada pelo cidadão para pré-estruturar a esfera pública <sup>289</sup>. E isso pode ser feito diretamente, como ressalta Renault, dando o exemplo da França, onde o canal legislativo pode ser gerenciado por qualquer pessoa, bastando que, na sessão pública organizada pelo parlamento para a seleção do administrador, os candidatos apresentem um plano de trabalho e um orçamento. Uma vez aprovados, o gerente escolhido tem autonomia até a nova eleição.

Isso mostra que as conquistas no âmbito da cidadania podem ser ampliadas ainda mais, mas é preciso que a sociedade fique atenta e não perca o que já conquistou. A televisão pode ser mais um instrumento no processo de democratização e construção da cidadania e, ainda que não seja o único, pode (e deve) ser apropriado pela população.

---

<sup>289</sup> Maia, Rousiley. *O papel da mídia na pré-estruturação da esfera pública política*. In: Annual Conference of International Association for Media and Communication Research (IAMCR). Glasgow, 1998

Anexo 4  
Circuitos alternativos de cinema no RJ

08/01/2006 00:00 Do Cinema Novo à geração Odeon

Renovação do cinema brasileiro: este é o mote da geração Odeon. Se, nos anos 60, os jovens se reuniam no Cine Paissandu para ver e discutir nos bares a estética de Godard, Truffaut, Buñuel, Antonioni, Visconti, Pasolini, Fellini e Bergman, a nova geração agora se multiplicou por quase 50 cineclubes. Eles se unem em eventos no Cine Odeon-BR, entre eles o Festival do Rio, o maior da América Latina. Contemporânea do Cinema Novo de Glauber, Joaquim Pedro, Nelson Pereira e Ruy Guerra, a turma do Paissandu deu lugar à geração Odeon, multimídia, que atravessa as fronteiras do cinema com eventos de música, moda e gastronomia. No Rio, o Odeon virou sinônimo de cinema que pensa, e de um movimento que já revelou curtas-metragistas como Eduardo Valente, de "Um sol alaranjado" (premiado de Cannes) e consagrou Eryk Rocha, filho de Glauber, autor de "Rocha que voa". E tornou a Cinelândia o espaço onde se debate o cinema brasileiro dos anos zero, do "Amarelo manga", do pernambucano Claudio Assis, ao "Cidade Baixa", do baiano Sérgio Machado. Todos cultuam Eduardo Coutinho, Rogério Sganzerla e Glauber, é claro.

Noitada que termina na praça - Em janeiro, o Odeon homenageará os anos 60 com sessões para amantes do cinema (às quartas, na Sessão Cineclube) e a mostra do superacervo da Cinemateca Brasileira. Há ainda curtas e mais curtas no Cachaça Cinema Clube, noitada que pode terminar em carnaval na praça, regada a batidas de gengibre do Carlitos, bar que patrocina o evento. No segundo sábado do mês há o Mercado Odeon, com barracas de moda, comidinhas, fotografia, filmes, livros e música na praça. O mais popular é a Maratona Odeon, que na primeira sexta-feira exhibe três filmes: um lançamento, uma surpresa e um trash. Com direito a votação do público na programação.

Há também a Rádio Odeon, um espaço infantil, shows e debates na Livrolândia, coordenada pela Dantes Livraria; e brunch de Vera Saboya, do Ateliê Culinário. Para provar o fôlego da cidade para o cinema, basta falar dos 400 alunos que, todo sábado de manhã, a R\$ 10 mensais, participam do curso sobre História do Cinema Brasileiro, do professor Hernani Heffner, chefe da conservação da Cinemateca do MAM e do cineclube Terra Brasilis. Dois grupos do Vidigal vão marcar presença, o Nós do Morro (de teatro) e o Nós do Cinema: "O cinema do Rio deu uma parada nos anos 90 com o retrocesso da Era Collor, mas voltou com toda a força. Temos hoje cinco universidades com cursos de cinema, com estudantes fazendo longas-metragens, e uma nova geração de cineastas de grande impacto", diz Hernani.

A maratona de cinema tem uma trilha sonora nos intervalos das sessões, feita por Jorge Luiz, DJ da Rádio Odeon e produtor cultural. Ele diz que a geografia da cidade é um cenário natural que estimula produções cinematográficas. Um dos líderes desta retomada do cinema no Rio, Eryk Rocha vê o Odeon como um espaço que aglutina cabeças pensantes:

"Estar no coração da cidade favorece a formação de um caldeirão heterogêneo de pensamento. Na carência de espaços públicos de discussão que temos hoje, o Odeon tem um potencial político".

Para ele, esses novos cineclubes deveriam investir mais no debate: "Há discussão, mas ainda de forma muito tímida. É preciso politizar mais aquele espaço. Hoje há muitos movimentos que se entrecruzam e se desencontram. Não me enquadro em nenhum grupo. Minha geração nasceu numa lacuna política. Tivemos que recompor conexões pra não ficar estacionados no vazio. Por isso, tenho diálogo com vários grupos", diz.

Eryk diz que pretende exhibir seu novo longa-metragem "Intervalo clandestino" na praça da Cinelândia, em frente ao Odeon: "A idéia é tirar o tapete vermelho. Abrir para o povão".

O cineclube da Maison de France, que já teve áureos tempos, está de volta e promete o melhor do cinema francês em sessões gratuitas todas as segundas-feiras. A estréia é amanhã com "O

boulevard do crime", e toda a programação pode ser conferida no site [[www.cinefrance.com.br](http://www.cinefrance.com.br)].

Mas o mais "carioca" de todos os cineclubes é o Beco do Rato, com cinema de vanguarda ao ar livre na Rua Moraes e Vale, na Lapa. A idéia é de Frederico Cardoso, da produtora Fora do Eixo, que dá aulas de cinema para dez comunidades da periferia. Ele privilegia produções alternativas exibidas pelo "cinecarro" de Marcelo Antunes. E leva filmes de cunho social a municípios que não têm cinema. Um dos últimos programas do ano foi uma seleção do grupo Cactos Intactos, que se autodefine como "guerrilheiros culturais anticelebridades, na contramão da cultura do espetáculo", com seus "falsos documentários" (como eles definem a "ficção que bem poderia ser verdade"). Entre eles está "O ex-Exu", sobre um anônimo camelô carioca. O Beco do Rato reabre na quinta-feira, a partir das 23h.

*COLABOROU Rodrigo Fonseca.*

