

JOSÉ CARLOS ARONCHI DE SOUZA

Gêneros e formatos na televisão brasileira



GÊNEROS E FORMATOS NA TELEVISÃO BRASILEIRA

Copyright © 2004 by José Carlos Aronchi de Souza
Direitos desta edição reservados por Summus Editorial

Capa: **Alberto Mateus**

Projeto gráfico e diagramação: **Crayon P&PG**

Fotolitos: **Join Bureau**

SUMMUS EDITORIAL

Departamento editorial:

Rua Itapicuru, 613 – 7º andar

05006-000 – São Paulo – SP

Fone: (11) 3872-3322

Fax: (11) 3872-7476

<http://www.summus.com.br>

e-mail: summus@summus.com.br

Atendimento ao consumidor:

Summus Editorial

Fone: (11) 3865-9890

Vendas por atacado:

Fone: (11) 3873-8638

Fax: (11) 3873-7085

e-mail: vendas@summus.com.br

Impresso no Brasil

Sumário

Prefácio 11

Abertura – Introdução 15

1º BLOCO – UM PROGRAMA PARA CONHECER OS PROGRAMAS

A importância do ensino de televisão 23

Por que entender categorias, gêneros e formatos 30

Como identificar o tempero da salada dos gêneros 34

Capítulo I – Definições 37

Categoria 37

Gêneros: uma abordagem teórica 41

Arte e comunicação 43

Definição de formato 44

Capítulo II – Gêneros e televisão 49

A visão do mercado 49

TV e programação 51

O que é programação 53

O que é grade horária 57

Capítulo III – Gêneros de sucesso nas TVs no mundo 65

Europa 65

Estados Unidos 68

América Latina 69

2º BLOCO – CLASSIFICAÇÃO DAS CATEGORIAS, ORGANIZAÇÃO DOS GÊNEROS E IDENTIFICAÇÃO DOS FORMATOS

Capítulo IV – Os gêneros na programação da tv brasileira 77

As redes de TV e seus gêneros 77

Classificação das categorias, dos gêneros e dos formatos 92

Gêneros da categoria entretenimento 93

Gêneros da categoria informação 143

Gêneros da categoria educação 153

Gêneros da categoria publicidade 155

Gêneros da categoria outros 162

Formatos e sua utilização nos gêneros 170

Encerramento – Conclusões 181

Bibliografia 187

Prefácio

A televisão brasileira conquistou projeção mundial, exportando programas para mais de uma centena de países, o que traduz o reconhecimento da competência e criatividade dos nossos produtores audiovisuais.

As telenovelas, minisséries, musicais e documentários, embalados com o selo verde-amarelo, suscitam também o interesse dos especialistas em comunicação comparada. Eles procuram compreender sua aceitação em mercados tão díspares quanto os vizinhos hispano-americanos, as distantes nações luso-africanas ou os multifacetados países do Leste Europeu.

O êxito comercial da nossa indústria televisiva pode ser explicado pela singularidade dos conteúdos exportados, mesclando valores universais com a exuberância da nossa paisagem e o exotismo dos tipos humanos que a povoam. Se esse argumento valida a tomada de decisão dos agentes que selecionam pacotes videográficos para exibir em seus territórios, ele não é suficiente para justificar a adesão persistente dos consumidores forâneos aos nossos produtos.

A chave desse enigma pode estar na configuração dos formatos televisivos aqui gerados, reproduzindo de modo criativo as matrizes hegemônicas no mercado internacional ou a elas assemelhando-se inequivocamente.

Foi com base nessa hipótese que José Carlos Aronchi esboçou sua pesquisa para a dissertação de mestrado defendida na Uni-

versidade Metodista de São Paulo, em São Bernardo do Campo. Contando com a orientação segura e submetendo-se à crítica instigante da professora Anamaria Fadul, ele palmilhou a literatura especializada em gêneros e formatos televisivos, desvendando o referencial taxionômico legitimado pela academia. Tomou-o como suporte investigativo para explorar empiricamente o universo televisivo brasileiro, verificando como práxis e teoria se amoldavam ou se estranhavam.

Tal exercício analítico convergiu para a feitura de uma grade elucidativa da programação da TV brasileira, classificando funcionalmente as unidades de conteúdo segundo categorias comunicacionais e nelas identificando os gêneros e formatos constituídos.

Trata-se de contribuição valiosa, ainda que provisória, para a formação universitária dos profissionais da comunicação, que enfrentam a carência de fontes autóctones capazes de subsidiar o aprendizado da produção e a difusão de mensagens televisivas.

Ao construir uma tipologia dos nossos programas de TV, demonstrando sua filiação às matrizes hegemônicas no mercado mundializado, o autor oferece também um roteiro capaz de motivar os jovens pesquisadores da mídia audiovisual a reproduzir suas observações no tempo e no espaço, acumulando dados suscetíveis de aguçar a identidade brasileira nesse campo.

A decisão de revisar as descobertas feitas na pesquisa de 1997, atualizando-as para circular na forma de livro, representa uma iniciativa meritória do autor. Os estudantes dos cursos de rádio-televisão-vídeo dispõem agora de um texto sistemático destinado a guiá-los no reconhecimento dos gêneros e formatos cotidianamente difundidos pelas nossas redes televisivas.

O texto pode, ao mesmo tempo, desafiá-los a inovar nos exercícios laboratoriais prescritos pelos respectivos mestres nas universidades em que estão matriculados. Dessa maneira, talvez seja possível à nova geração de videastas brasileiros criar gêneros folkmediáticos, menos colados nos formatos globalizantes e mais próximos daqueles gêneros típicos da nossa cultura popular. Mo-

delos endógenos não lhes faltam. Basta inspirar-se nas ousadias ficcionais outrora esboçadas por um roteirista como Dias Gomes e hoje aprofundadas por um diretor como Guel Arraes.

Este volume pode vir a ser também fonte útil aos cidadãos telespectadores interessados em conhecer as entranhas da produção audiovisual, suas rotinas operacionais, estratégias mercadológicas e determinações tecnológicas, vindo a formar correntes de opinião retroalimentadoras da consciência crítica dos produtores audiovisuais.

Deve-se registrar, finalmente, que o livro constitui uma evidência do pragmatismo utópico enraizado na ação cognitiva do Grupo Comunicacional de São Bernardo*, a que pertence academicamente o autor.

Formado numa escola que valoriza dialeticamente o embate entre ação e reflexão, José Carlos Aronchi credenciou-se para enfrentar o mercado de trabalho audiovisual, conquistando espaços alentadores nas empresas do ramo antes de optar pela docência universitária. A vivência na sala de aula, nos estúdios televisivos e na pesquisa de campo embasaram sua ascensão na comunidade acadêmica. Ainda jovem, ele passou a ocupar posição de realce na liderança da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom).

Ao enveredar pelo segmento editorial, socializando o conhecimento estocado em seus estudos seminais com os candidatos a postos de criação, produção e circulação nas indústrias videográficas, ele pretende alcançar novos patamares na sua trajetória intelectual. Tendo acompanhado progressivamente essa ascensão

* O perfil acadêmico do Grupo Comunicacional de São Bernardo pode ser compreendido na antologia coordenada por Marques de Melo e Castelo Branco – *Pensamento comunicacional brasileiro: o Grupo de São Bernardo* (São Bernardo do Campo: Editora Umesp, 1998), devidamente ampliado na edição especial da revista *Comunicação & Sociedade* (n. 41, 2003) e atualizado pela coletânea *Pensamento comunicacional latino-americano: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico* (São Bernardo do Campo: Editora Umesp, 2004), organizada por Marques de Melo e Gobbi.

acadêmica, sentimo-nos orgulhosos em afiançar sua investida no terreno da difusão bibliográfica, como temos feito com outros estudiosos da sua geração. Assim procedendo, temos a certeza de estar edificando uma base editorial capaz de reduzir a nossa escandalosa dependência das fontes d'além-mar, cujo referencial mostra-se defasado das nossas aspirações coletivas e distanciado das nossas potencialidades inovadoras.

JOSÉ MARQUES DE MELO

*Professor emérito da Escola de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo e titular da Cátedra Unesco
de Comunicação na Universidade Metodista de São Paulo*

Abertura – Introdução

As informações sobre a programação da TV brasileira publicadas neste trabalho foram coletadas durante dez anos, de 1994 a 2003. Este longo caminho até a publicação foi acompanhado de muitas contribuições de colegas que me incentivaram a tornar este livro realidade. Em vários congressos e encontros profissionais, fui indagado sobre a futura publicação do trabalho e informado sobre a carência de estudos sobre gêneros na TV no Brasil. Essas informações vieram de profissionais e pesquisadores respeitáveis da área de televisão de locais distantes da minha área de convívio, como Mato Grosso do Sul, Espírito Santo, Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e de várias cidades de São Paulo. Cada vez que me informavam sobre o uso de partes do trabalho que estavam disponíveis parcialmente em outros ensaios, minha reação era a de quem assume que deve a publicação completa, mas vai pagar quando puder. Na verdade, eu não acreditava que, depois de tanto tempo, este trabalho apresentado em partes em vários eventos ainda tivesse alguma importância para publicação, ainda que citado na bibliografia de importantes publicações sobre televisão, como *Telejornalismo no Brasil*¹, entre outras.

Em 2003, dez anos após o início da pesquisa, participei de dois debates sobre televisão no XXVI Congresso da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), na PUC-Minas. Em ambos os debates, os expositores reconheceram a dificuldade com o tema, pela falta de bibliografia

sobre os gêneros na TV. Porém, numa discussão sobre critérios editoriais no telejornalismo², fui surpreendido por uma pesquisadora da Faesa, que, sem conhecer este autor e sem saber que eu me encontrava na platéia, citou minha dissertação de mestrado como uma das poucas referências que tinha sobre gêneros na televisão e por isso aguardava a publicação. Ao ouvir que fiquei famoso por nunca ter publicado a dissertação, resolvi retomar a pesquisa, elaborar a atualização e concluí-la neste livro, visto que os conceitos essenciais sobre a programação da TV não mudaram desde a sua invenção. Portanto, este trabalho deve continuar atual por muito tempo...

O tema gêneros na televisão é, sem dúvida, apaixonante. Para ser sincero, adquiri essa paixão porque, ao me aprofundar nele, cheguei a descobertas fascinantes sobre planejamento, produção, comercialização, transmissão e recepção dos programas de televisão. Desenvolvi o trabalho a partir da minha experiência profissional e acadêmica em diversas produtoras de vídeo no Brasil e no exterior e nas redes de TV Globo e Cultura, além de aulas de televisão que ministrei nos cursos de Comunicação Social, nas habilitações em Jornalismo e Radialismo, nas Universidades Estadual de São Paulo (Unesp-Bauru), Metodista (Umesp), de Mogi das Cruzes (UMC) e Católica de Santos (UniSantos).

Nesses cursos, antes de desenvolver as atividades práticas, fazia com os alunos um reconhecimento de campo dos programas de televisão. Abordava as principais características de cada programa e tentava associá-las a outros de emissoras diferentes. Se não houvesse similares, buscava referência histórica que pudesse explicar a idéia e o objetivo de cada produção. Isso trazia vários elementos semelhantes entre os programas e dava uniformidade às linguagens da produção de TV, facilitando a identificação das técnicas e dos recursos utilizados pelos produtores.

Esse foi o caminho didático utilizado para classificar os gêneros de cada programa sem uma reflexão mais aprofundada e rigorosa. Tal dinâmica facilitava a organização e o planejamento de

projetos de produção de programas experimentais, pois os alunos tentavam perseguir um gênero e um formato até desenvolverem fórmulas próprias. Mas ainda sentia falta de uma teoria de apoio para a classificação dos gêneros e formatos de toda a programação da TV.

A ausência de estudos específicos que permitissem classificar os gêneros, bem como suas variações, estimulou este estudo sobre as categorias, os gêneros e formatos da televisão brasileira, a fim de que servisse como ponto inicial para o ensino de produção de programas para televisão. O objetivo é oferecer subsídios para que estudantes interessados na análise dos conceitos da programação e os professores das disciplinas técnicas, juntamente com seus alunos, desenvolvam programas de TV com objetividade sobre os princípios básicos, obtidos após a identificação das características de cada programa.

Esta pesquisa permitiu identificar 31 formatos aplicados em 37 gêneros distribuídos em cinco categorias. Mesmo com esses números, não tenho a pretensão de fazer um histórico de cada gênero. Assim, muitos programas importantes que fizeram história no gênero não são citados, porque o objetivo não é esse. O presente estudo justifica-se pela necessidade de organizar os conceitos sobre televisão para contribuir com o desenvolvimento do veículo de comunicação de massa mais influente e cada vez mais presente na vida do brasileiro.

Utilizando o mesmo modo de formatação de um programa de televisão, em blocos, este livro está dividido em:

- 1º bloco: Abertura – Um programa para conhecer os programas
- 2º bloco: Classificação – Categorias, gêneros e formatos
- Encerramento – Conclusões

O livro permite a leitura utilizando o *zapping*, pulando trechos, indo direto aos programas ou visualizando os quadros e

gráficos que ilustram a pesquisa. Na Abertura, faço algumas considerações sobre o tema central e a importância do ensino de televisão nos cursos de Comunicação e as especificidades das habilitações em Jornalismo e Radialismo. Valorizo o ensino de categorias, gêneros e formatos com a opinião de pesquisadores nacionais e internacionais e dou a receita do tempero da salada de gêneros. Nessa parte, explico a estruturação da pesquisa, composta pelo tripé teórico da teoria dos gêneros, da classificação dos programas pelas emissoras e pela análise da programação das sete redes de televisão brasileiras: Cultura, SBT, Globo, Record, Rede TV! (ex-Rede Manchete), Gazeta e Bandeirantes.

O leitor verá retratada uma época da TV brasileira em fase de mudança significativa. Acompanho o período de 1994 a 2003 e faço uma análise mais profunda sobre o ano de 1996, que serviu de base para a aplicação do método de pesquisa. Durante esses dez anos, todas as emissoras passaram por momentos que marcaram sua programação: a Cultura sofreu declínio em razão da forte crise financeira que ainda perdura; o SBT conseguiu, em momentos raros porém em horários importantes, alcançar o primeiro lugar de audiência com programas populares; a Globo diminuiu sua margem na liderança da programação; a Record reformulou a programação sob a direção de um grupo evangélico; o Grupo Bloch vendeu a concessão da Manchete para a nova Rede TV!; a Gazeta encerrou seu contrato com o grupo CNT; e a Bandeirantes deixou de lado seu *slogan* “o canal do esporte” para investir em outros gêneros.

Para ajudar a entender essa indústria que é a televisão brasileira, no primeiro capítulo apresento as definições teóricas e as relações entre a arte e a comunicação. Surgem aí as primeiras definições dos objetos de estudo, as categorias, os gêneros e o formato dos programas. No segundo capítulo, enfoco a sistemática de programação de uma emissora, desvendando o ponto-chave que é a grade horária. Como a televisão se insere num mercado global, no terceiro capítulo traço um panorama dos gêneros de

sucesso nas TVs mundiais, abordando a programação da Europa, dos Estados Unidos e da América Latina.

Finalizado esse primeiro bloco teórico, faço um rápido intervalo e passo para o segundo bloco, no qual se encontra a classificação de categorias, gêneros e formatos, que compõe o último capítulo dessa grande novela sobre os programas da TV brasileira. A pesquisa sobre 1996 gerou alguns gráficos que ajudam a compreender as opções de cada emissora no desenvolvimento da sua programação, segundo o perfil adotado por cada rede. Os gráficos e tabelas estão no quarto capítulo, juntamente com a análise das porcentagens de distribuição de cada gênero na grade de programação das TVs.

Após 1996, acompanhei pela imprensa o desenrolar das programações. Isso serviu de base para a formação de um arquivo de cerca de dois mil artigos que possibilitaram a identificação daqueles 37 gêneros e 31 formatos que compõem os quadros, separados em cinco categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros.

O encerramento não poderia ser outro senão as conclusões, que permitem abrir caminho para o estudo dos formatos da TV, assunto cada vez mais importante quando se pensa em produções criativas e inéditas. Espero que o leitor não durma antes de ler o fim. *Zap!*



NOTAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Guilherme Jorge de Rezende, *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*.
2. Iluska Coutinho, “A busca por critérios editoriais em telejornalismo: notas sobre a exigência de conflito nas notícias televisivas”.

1º BLOCO

UM PROGRAMA PARA CONHECER OS PROGRAMAS

*É preciso conhecer os gêneros da televisão para depois subvertê-los.
A subversão dos gêneros é o caminho para descobrir formatos inéditos.*

A importância do ensino de televisão

Em todo o espaço cultural indo-europeu há uma palavra determinada que, em cada cultura, significa “compreensão” e “conhecimento”. Em sânscrito esta palavra é vidya, em norueguês viten, em indiano vidya, em grego idé e no latim video, que para os romanos significa simplesmente “ver”.

Jostein Gaardner¹

O papel da televisão no universo lúdico das pessoas é comparado por Marques de Melo à meta definida por Adorno:

[...] a televisão ocupa um papel excepcional, pela possibilidade que tem de cercar e capturar a consciência do público por todos os lados, aproximando-se daquela meta que Adorno define como “a totalidade do mundo sensível em uma imagem que alcança todos os órgãos, o sonho sem sonho”.²

Os impactos sociais da televisão no Brasil têm sido estudados por diferentes pesquisadores. No final do século xx, demógrafos e pesquisadores consideraram a hipótese de uma correlação entre a queda na taxa de natalidade nas últimas duas décadas no país e a exposição aos meios de comunicação, principalmente à tv.³

A televisão também pode ter influência em muitos aspectos da vida cotidiana, como se vê em uma pesquisa realizada no México.

A televisão é um elemento importante da vida cotidiana [...], é um fluxo que tem presença determinante; ver televisão contribui para o modo como os indivíduos estruturam e organizam seu dia, com respeito às suas atividades cotidianas e ao tempo, à hora de dormir ou de trabalhar. Atualmente, representa uma tecnologia insubstituível, podendo faltar algum [...] eletrodoméstico, mas a televisão é indispensável.⁴