

ANÁLISE DA GRADE DE PROGRAMAÇÃO DAS EMISSORAS BRASILEIRAS DE TELEVISÃO ABERTA – ETVA - EM RELAÇÃO AO CONTEÚDO ESPORTIVO.

USHINOHAMA, T.Z.; AFFINI, L.P.; BETTI, M. - Dep. Comunicação Social/Ed. Física, UNESP - Bauru

Introdução. Emissoras brasileiras de Televisão Aberta (ETVA), através da grade de programação atual, buscam se adaptar às alterações presentes na relação do telespectador com o televisor devido à ampliação da oferta no setor televisivo. A multiplicidade de oferta provoca uma desconcentração da audiência, o que não está diretamente ligado ao aumento da diversidade dos conteúdos. Por tratar-se de um discurso autônomo e pertencente à cultura humana, o esporte apresenta-se como uma opção para a grade televisiva. **Objetivo.** Analisar a grade de programação das emissoras brasileiras de TV aberta em relação ao conteúdo esportivo. **Metodologia.** A quantidade de programas esportivos na grade semanal da emissora e audiência definiu quais ETVA teriam as suas grades de programação analisadas. A coleta da programação aconteceu no domingo, por tratar-se do dia em que às pessoas têm maior possibilidade de assistir televisão. Durante 24 horas, gravou-se a programação das ETVA. O material gravado foi fichado, selecionando-se apenas os programas com elementos esportivo em seu conteúdo, o que determinou: o número de peças audiovisuais esportivas, o tempo que cada emissora dedicou à programação esportiva e a porcentagem de programação esportiva na programação diária. Os programas foram classificados em categorias a partir dos gêneros e formato do conteúdo esportivo: Chamada (CH; publicidade dos próprios programas ou eventos da emissora); Propaganda (PP; publicidade de produtos ou serviços de empresas privadas ou estatais); Programas (PG; material audiovisual com roteiro definido e organizado previamente); Jogo (JG; transmissão de evento esportivo isolado de qualquer roteiro pré-definido). Uma peça audiovisual comum entre as emissoras foi comparada a partir dos elementos da linguagem visual, com a intenção de compreender o discurso transmitido, relacionando-o com a receptividade da audiência por meio dos dados do IBOPE. **Resultados.** TV Bandeirantes (Band) e TV Globo (Globo) foram, conforme os critérios citados, selecionadas para análise da sua programação. O conteúdo esportivo esteve presente em 88 peças. Band apresentou 50 peças audiovisuais, totalizando 9hs30min, o que correspondeu a 39,6% da grade de programação, sendo: CH, 0,66%(9min30seg); PP, 0,26%(3min45seg); PG, 18,40%(4hs25min); e JG, 20,28%(4hs52min). Ressaltamos que 28,12%(6hs45min) da grade

de programação da emissora são terceirizadas. Globo apresentou 38 peças audiovisuais, totalizando 5hs48min, o que correspondeu a 24,81% da grade, sendo: CH, 0,55%(8min); PP, 0,10%(1min36seg); PG, 15,83%(3hs39min); e JG, 8,33%(2hs). A categoria JG concentrou-se apenas na modalidade futebol. **Considerações Finais.** As duas ETVA utilizam-se do esporte para oferecer ao telespectador a idéia de diversidade na grade de programas, entretanto, fazem com características próprias: Globo, visa construir uma narrativa ideal através dos recursos técnicos; e Band, promove uma narrativa contextualizada como diferencial, no entanto a audiência prefere transmissões com maiores recursos visuais, já que os elementos inseridos na transmissão da narrativa contextualizada não possuem tanta relevância para evento esportivo. Os conteúdos esportivos resumem-se em especulações e descrições das ações esportivas apoiadas nas opiniões de ex-profissionais. Uma possibilidade de ampliar o conteúdo transmitido pela TV seria a inserção de profissionais de educação física nas equipes de produção das emissoras a fim de integrar as diversas faces (biológica, técnica, social, antropológica) da cultura esportiva.

Palavras-chave: audiovisual; programação; esporte; televisão; comunicação.

Referências

BOLAÑO, C. R. S. **A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera pública e movimentos estruturantes.** São Paulo: Paulus, 2007.

BETTI, M. TV a cabo: maximização do esporte espetáculo. **Rev. Bras. de Ciên. do Esporte**, v.21, n.1, p.394-401, set. 1999.

_____. Esporte, entretenimento e mídias: implicações para uma política de esporte e lazer. **Impulso**, Piracicaba, p.83-89, 2005.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

MACEDO, M. A construção da matéria jornalística esportiva na TV. **Rev. Bras. de Ciên. da Com.**, São Paulo, vol.XXII, nº2, pág. 201-15, jul/dez, 1999.

MEZZARROBA, C. Discursive strategies in the agenda-setting of the sport in the media: the Brazilian masculine volleyball in Athens 2004. **The FIEP Bulletin**, Foz do Iguaçu/PR, v. 76, n. Artile II, p. 66-69, 2006.

PIRES, G. de L. **Educação Física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória.** Ijuí: Ed.Ijuí, 2002.

Almanaque IBOPE. In: Acesso Gratuito: TV Programas SP - Semanal. **Banco de dados.** Disponível em: <http://www.almanaqueibopecom.br/asp/busca_tabela.asp> Acesso em: 10 junho 2009.

Almanaque IBOPE. In: Acesso Gratuito: Inv. Publicitário-Evolução. **Banco de dados.** Disponível em: <http://www.almanaqueibopecom.br/asp/busca_tabela.asp> Acesso em: 10 junho 2009.

Rede Globo. In: Tv_globo: Programação. **Banco de dados.** Disponível em:<http://redeglobo.globo.com/Tv_globo/Programacao/0,,PGO0-15705-20090614_1_0,00.html> Acesso em: 10 junho 2009.

Band. In: Programação. **Banco de dados.** Disponível em:< <http://band.com.br/programacao/>> Acesso em 10 junho 2009.