

UM NOVO CENÁRIO NA TV ABERTA BRASILEIRA. Como a Record vem conseguindo se (re)configurar em relação à Globo?

Adriano de Oliveira Sampaio¹

Resumo: O cenário de disputa entre as emissoras de TV aberta vem ficando cada vez mais acirrado desde os anos 90 no Brasil. Neste período, houve alguns programas das emissoras concorrentes à Globo que obtiveram certo prestígio no horário nobre a exemplo do Jornal do SBT, com Boris Casoy, e da telenovela Pantanal da Rede Manchete. No entanto, esses programas não auxiliaram as respectivas emissoras concorrentes à Rede Globo na consolidação de uma disputa efetiva pela audiência. Atualmente, a Rede Record vem oferecendo sinais de sucesso que vão além dos pontos de audiência dos programas isolados. Trata-se, portanto, de uma estratégia de ascensão da emissora paulista a fim de se consolidar como principal concorrente da Globo no mercado de televisão aberta brasileiro. O presente artigo sugere uma hipótese que busca compreender como a Record vem conseguindo se destacar, gradativamente, no segundo lugar na disputa pela audiência do horário nobre brasileiro.

Palavras-chave: Televisão aberta; programação televisiva; concorrência na televisão

No Brasil, a TV Globo é o mais importante canal de televisão do Brasil e criou no cenário midiático nacional uma relação duradoura de fidelização com o seu público que pode ser observada através dos altos índices de audiência dos seus programas. Essa soberania da emissora foi iniciada, um ano após, a sua primeira transmissão em 1965 e continua até os dias de hoje. Os outros canais brasileiros (Record, SBT, Bandeirantes, Rede TV entre outros) assumem uma postura de disputa em relação à segunda posição em audiência no Brasil, enquanto a Globo se mantém como emissora líder no horário nobre.

Muitos estudos já foram desenvolvidos no país no sentido de tentar explicar essa soberania da Rede Globo de Televisão em relação às outras emissoras. Essas pesquisas apresentam como resposta a essa indagação os benefícios que a emissora carioca dispôs, desde a sua origem. Entre estes, podemos destacar o acordo com o Grupo Time/Life e o apoio que obteve do regime militar nas décadas de 60 a 80 (CAPARRELI; LIMA, 2004; JAMBEIRO, 2000, 2002; MATTOS, 2002; SILVA 1985).

¹ Professor Adjunto I, Faculdade de Comunicação (FACOM/UFBA). e-mail: adrianosampaio@gmail.com.



Mesmo contando com esses dois incentivos iniciais, a Rede Globo precisou, ao longo dos anos, manter cativa essa sua audiência e as disputas ocorreram principalmente a partir de meados da década de 80. A TV Manchete, a partir de uma nova estética para a telenovela, conseguiu com a novela “Pantanal” retirar pontos de audiência da TV Globo em 1989 no horário nobre. Já o SBT, na década de 90, também obteve a mesma façanha, mas através de uma nova forma de fazer jornalismo com o apresentador Gil Gomes no programa Aqui e Agora e com o extinto TJ Brasil, quando foi dirigido pelo jornalista Boris Casoy (SQUIRRA, 1993).

O TJ Brasil, com Boris Casoy, interferiu nos índices de audiência do Jornal Nacional e sua boa aceitação fez com que a Rede Record, então terceira colocada, contratasse esse profissional para desenvolver o mesmo tipo de jornalismo na emissora. O sucesso do programa não durou muito tempo e o apresentador, que não dirige mais o Jornal da Record, não teve o mesmo retorno em relação aos índices de audiência que conseguira quando comandava o Jornal do SBT.

Esses fatos não abalaram o poderio da Globo e nem a sua preferência em relação à audiência. O prestígio da emissora pode ser observado nas inúmeras pesquisas divulgadas pelo Ibope ao longo dos anos². Parece existir algum fenômeno neste cenário de concorrência entre os canais de TV brasileiros que vai além do sucesso alcançado por um programa específico, como foi o caso da telenovela “Pantanal”, ou o TJ Brasil de Boris Casoy.

Atualmente, esse campo de disputa pelos índices de audiência na televisão brasileira sofreu uma mudança em relação à segunda emissora colocada. A Rede Record de Televisão se consolidou desde 2007 como a vice-líder de audiência, de acordo com pesquisa Ibope³ (CARTA CAPITAL, 2007). Com a finalidade de lutar pela audiência no horário nobre, a Rede Record, a partir da década de 90, fortaleceu os seus principais núcleos de produção: Jornalismo, Teledramaturgia e Entretenimento.

² César Bolaño (2004, p.105) apresenta uma tabela com os índices de audiência dos principais canais de televisão desde os anos 60 até o ano de 1982. Nela, observamos a soberania da Rede Globo a partir do ano de 1966 que vai até 1982. A partir dos anos 70 a disparidade em relação às outras emissoras torna-se mais evidente e os pontos de audiência da Rede Globo de televisão chega a mais de 50 pontos contra 16 pontos da segunda colocada, esses dados são das praças Rio de Janeiro e São Paulo. Após 1982 e até o presente ano, duas emissoras têm se revezado como o segundo lugar da audiência: SBT e Rede Record, sendo que esta última vem levando vantagem na disputa, principalmente nos anos iniciais do novo milênio.

³ Segundo dados do Ibope divulgados pela revista Carta Capital (2007), entre os anos de 2005 e 2007, a Record tem um avanço em audiência de 9,4% em 2005, 14,8% em 2007, que representou um acréscimo de 5,4% em apenas dois anos. Enquanto isso a Globo decresce 3,1%, contudo sofre uma queda maior, de 9,5%, no horário nobre em São Paulo.

O destaque que a Record vem conseguindo no cenário da TV aberta brasileira foi iniciado em 1989 com a compra da emissora pelo Bispo Edir Macedo. Algumas contratações foram e vêm sendo desenvolvidas pelo grupo com a finalidade de alcançar a liderança. No departamento de jornalismo, Paulo Henrique Amorim foi convidado para dirigir o programa Domingo Espetacular, enquanto o Jornal da Record é liderado pelos jornalistas Celso Freitas e Ana Paula Padrão, ambos ex-apresentadores de programas de destaque no jornalismo da Globo. É válido ressaltar que o Jornal da Record é o telejornal da emissora paulista que dispõe de maior índice de audiência e também é o segundo colocado na disputa com a Rede Globo (Jornal Nacional) no horário nobre. Em 2007, foram 33 pontos para o Jornal Nacional contra 10 pontos do Jornal da Record (IBOBE, fev. 2007).

A ascensão da Record foi identificada por Bolaño (2004, p.238) como o principal fenômeno no mercado de TV aberta no Brasil. Esse fato também foi e vem sendo noticiado pelos principais veículos de imprensa (VEJA, 2007; CARTA CAPITAL, 2007, 2007a) merecendo matérias de capa. O grupo majoritário da emissora paulista lançou em 2007 o primeiro canal da TV aberta brasileira somente de notícias, o Record *News*, acirrando ainda mais essa rivalidade, uma vez que a Rede Globo já possuía a Globo *News*.

A atenção tem se voltado para esse tema em função de ser um momento no qual há uma busca de uma emissora concorrente em assumir a liderança da TV aberta brasileira que tem há anos a Globo, como *canal de referência*. Nas palavras do representante da cúpula da Record, o Bispo Edir Macedo, essa rivalidade é ainda mais acirrada: “Avançamos bem, mas ainda é pouco. Vamos ser líderes na comunicação do Brasil. A Record será a número 1. Iremos trabalhar o tempo que for necessário, mas vamos chegar lá (...)” (TAVOLARO, 2007, p.149).

Essa disputa pode ter consideráveis implicações para o país, tanto no âmbito ideológico, como no cenário político e econômico. Valério Brittos (2007), em entrevista à Carta Capital (2007), diz não temer essa ascensão da Record, pois acredita que se a emissora paulista assumir o lugar de líder, isso não implicará numa mudança estrutural. Ele ressalta que “o maior problema é o modelo de comunicação perpetuado no Brasil, baseado no poder oligárquico, e não a Globo ou a Record em si” (CARTA CAPITAL, 2007). Entretanto, sabemos que ambos os canais têm as suas particularidades e

interesses ideológicos e essa disputa não afeta apenas o modelo de comunicação do país, mas também os discursos que circulam na arena midiática brasileira.

Em dezembro de 2008, foram publicados pela Folha de São Paulo (2008) dados que ratificam a queda do JN em seus pontos de audiência. O JN passou de 34 para 32,6. Em pólo contrário, o Jornal da Record cresceu de dez pontos para 11,4 no mesmo período. A diferença entre os índices de audiência do JN e do JR ainda é considerável, entretanto, essa tendência vem se consolidando ao longo dos anos e o Jornal da Record chega a atingir em alguns momentos a marca de 20,9 pontos no horário (PROPMARK, 2008).

As telenovelas também vem apresentando bons resultados para a Record. “Poder Paralelo atingiu a marca de 17 pontos de audiência na grande São Paulo na primeira semana de março de 2010 (IBOPE, 2010). Há de ser destacada a grande disparidade ainda vigente da Globo em relação à Record. A emissora carioca, no mesmo período, atingiu a marca de 39 pontos com a telenovela Viver a Vida”, mais que o dobro alcançado pela TV Record no mesmo segmento.

Apesar da Globo contar ainda com altos índices de audiência, observamos dois fenômenos. A gradual, mas considerável, queda dos pontos do canal de referência brasileiro e a comedido ascensão da emissora paulista, principalmente no segmento de Jornalismo e Telenovelas. Como a Record vem conseguindo se configurar como a principal emissora concorrente no horário nobre?

A configuração de um cenário de disputa na TV aberta brasileira

Nem sempre as emissoras brasileiras demonstraram preocupação com a disputa pela audiência, pois o mercado de televisão não dispunha de instrumentos de mensuração capazes de disponibilizar, com precisão, esses dados.

Nilton Travesso (2001) relembra, com nostalgia, o início das primeiras emissões de televisão no país. Estas eram veiculadas ao vivo e os programas não saíam do ar abruptamente em função das quedas dos índices de audiência. Travesso afirma que naquele tempo “(...) não tinha aquela paranóia da pressão da audiência, de se ter Ibope para continuar no ar. Hoje, todo mundo trabalha em função da audiência, da vitrine, e a TV perdeu um bom percentual do fazer ao vivo” (TRAVESSO, 2001, p.274).

No início dos anos 60, por exemplo, aconteceram associações entre as emissoras brasileiras que não seriam viáveis atualmente. A Record, por exemplo, realizava eventos em cadeia de rede com a Tupi e a Paulista e os três canais chegaram a transmitir o mesmo programa no mesmo horário. Era também comum, naquele período, atores e outros profissionais de TV se apresentarem em emissoras diferentes. Todas essas características remontam ao começo das transmissões televisivas no país (TRAVESSO, 2001, p.274).

Em contrapartida, essa atenção com a audiência sempre foi uma preocupação para a Rede Globo de Televisão, fato esse explicado pela parceria que a emissora firmou com o Grupo Time/Life, conforme salientam Sérgio Capparelli e Venício Lima (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.95). Eles afirmam que, mesmo com o término do acordo da Globo com o Time/Life, em 1968, essa preocupação do canal continuou e se traduziu na contratação de profissionais de conceituado nível técnico, tanto brasileiros como norte americanos, para dar conta de observar, a partir das sondagens de opinião, o perfil de público da emissora (CAPPARELLI; LIMA, 2004, p.95).

Por outro lado, não seria correto restringir a história da TV brasileira ao relato sobre a história da TV Globo. É preciso, pois, compreender como foi constituída a atual programação da televisão brasileira e como se configurou o atual horário nobre composto por telenovelas e telejornais, o que não foi exclusivamente uma invenção da Rede Globo.

Os estudiosos da televisão são unânimes em afirmar a forte influência do modelo norte-americano no funcionamento da televisão brasileira (MATTOS, 2002; 1997a; BOLAÑO, 2004; CAPARRELI; LIMA 2004; SODRÉ, 2001, JAMBEIRO, 2000; SQUIRRA, 1993). Neste, a iniciativa privada é a principal mola-mestra e essa característica traz como resultado uma fraqueza dos canais de televisão públicos que estão, geralmente, em condições inferiores de concorrência, tanto do ponto de vista financeiro como em recursos humanos. Esse modelo de televisão é inverso aquele observado na Europa.

Ao tratar sobre a televisão, não se pode deixar de considerar que esse dispositivo está imerso em um sistema de produção que, conforme identificam Capparelli e Lima (2004), é composto por cinco objetivos básicos. O primeiro deles está na **ampliação contínua da produção**, observada na produção de programas e produtos a ela

relacionados. Em segundo, o **desenvolvimento de infra-estruturas da radiodifusão e da recepção**, na quais se estabelece um pacto entre governo e iniciativa privada que beneficia ambas as partes.

Não devemos menosprezar também que a televisão contempla um objetivo orientado à **propaganda para produtos/serviços**. Nesse sentido, a TV manifesta a sua intenção de se configurar como uma vitrine de produtos e fomentar a produção, o consumo e a circulação de bens culturais, além de outros setores de produção. É válido ressaltar que é essa dinâmica a principal mantenedora da televisão brasileira, graças à produção, circulação e consumo de aportes simbólicos e materiais (anúncios, *merchandising*, patrocínios) advindos dos três setores produtivos: Estado, iniciativa privada e sociedade civil organizada.

Esses objetivos trazem como consequência: a **ampliação do mercado e do setor de comunicação** e, por fim, a **criação de um consenso político**. Nesse último, a televisão, enquanto um sistema de produção, pode ser utilizada de forma instrumentalizada pelos governos, a exemplo do período ditatorial 1964 – 1984, ou ainda para o fomento de novas práticas culturais e movimentos de contracultura (CAPPARELLI; LIMA, 2004). A concorrência entre as emissoras, no Brasil, é, dessa forma, um elemento constituinte da lógica de produção das suas redes de televisão.

O advento da TV Record. Investimentos, estratégias e programação incipientes.

No Brasil, a Record é a emissora mais antiga em operação. Ela foi inaugurada em 1953. Nilton Travesso (2001) foi um dos seus fundadores e o seu relato sobre os anos iniciais da emissora são reveladores no sentido de compreender o cenário de disputa que se inicia após 1965, tal qual já foi identificado por Mattos (2002), Capparelli e Lima (2004).

Nilton Travesso (2001) conta que iniciou sua carreira na Record quando a emissora estava contratando profissionais para estreitar a programação em 1953 quando a preferência era por pessoas jovens e que não tivessem passado pela TV Tupi e/ou pela TV Paulista. No início, não havia a demarcação das atividades e “(...) ao mesmo tempo em que fazia câmera, estava sendo exigido para fazer direção de TV” (TRAVESSO, 2004, p.270). Travesso (2001) narra que, naquele período, assumiu os cargos de produtor e diretor, simultaneamente, de 16 programas, por semana, na Record. Isso

demonstra a falta de profissionalismo no início da TV brasileira, fato esse que seria impossível de ser observado nos dias de hoje.

A programação da Record era, no primórdio, de cunho educativa. Essa linha da emissora foi mantida até Paulinho Machado de Carvalho, então responsável pela Rádio Record, começar a trazer, de São Paulo, grandes temporadas musicais internacionais que depois acabaram se apresentando na televisão. Como exemplo dessas produções, a Record exibiu: *Nat King Cole* e *Louis Armstrong*. A Record trazia entre cinco e seis atrações de expressão internacional por ano no início dos anos 60 (TRAVESSO, 2001, p.274).

No começo desta década, a grade de programação da Record era elitista, conforme comenta Travesso (2001), “nossa se era elitizada. Os grandes pianistas, por exemplo, eram presenças marcantes nos programas” (TRAVESSO, 2001, p.276). No início, eram os programas de cunho artístico e musical (concertos, musicais e peças de teatro) as principais atrações daquela faixa de programação e essa foi uma influência advinda do rádio. Essa base de programação das emissoras inspirada no rádio é comentada por diversos autores, a exemplo de Sodré (2001).

Na Record, os musicais passam a ser a principal característica da emissora naquele período. Travesso (2001) lembra que a estratégia de apostar nos festivais se deu em função de um incêndio que ocorreu nos anos 60, destruindo o projeto da Record de instalar um núcleo de teledramaturgia, tal qual era desenvolvido pela Excelsior, sua principal concorrente na época.

Depois do incêndio, o projeto de iniciar a produção de telenovelas na Record ficou parado em função dos altos investimentos que deveriam ser realizados. “Tivemos de criar uma programação nova e mais barata. Assim, todas as atrações musicais foram criadas (...)” (TRAVESSO, 2001, p.279). Nesse período, o jornalismo da Record era muito mais de prestação de serviço e se aproximava muito do rádio, pois faltavam equipamentos para estar nos lugares registrando as imagens (TRAVESSO, 2001).

Pode ser percebido que a Record teve a intenção de investir, primeiramente, em um pólo de produção de telenovelas (ficção). Contudo, em função do incêndio, concentraram-se os esforços na elaboração de programas de auditório (entretenimento), além dos festivais e programas como: “Família Trapo” e “Essa Noite se Improvisa”. No

início, a programação jornalística da emissora não era muito desenvolvida em função das limitações tecnológicas e também em função da censura.

Desde o início da programação das emissoras, vimos que os programas são desenvolvidos a partir de três grandes categorias: ficção, entretenimento e jornalismo (informação). A estruturação da televisão nas três categorias é apresentada por Sodré (2001), Eco (1983), Verón (1983), Machado (1999), e Jost, (2004).

Nos anos 70 e 80, a Record chega a fazer novelas mais relacionadas ao humor, contudo são os musicais que passaram a ser a principal característica da emissora e um dos seus diferenciais. Esse capital simbólico é até hoje explorado pela Record como estratégia de distinção em relação às outras TVs brasileiras. Através do programa “Essa noite se improvisa”, a emissora foi responsável pela projeção da MPB (música popular brasileira) promovendo artistas como, Chico Buarque de Holanda, Gilberto Gil, Tom Zé, Caetano Veloso, entre tantos outros. (TRAVESSO, 2001).

Com o processo de falência da Excelsior, a Record foi incorporando ao seu quadro os produtores e autores da concorrente e também passou a exibir novos programas. “Já que estávamos na linha de shows, decidimos reforçar nossa investida contra a teledramaturgia da Excelsior, ampliando nossa grade para os musicais” (TRAVESSO, 2001, p. 282).

É válido ressaltar que já se apresentava aqui um cenário de disputa entre as concorrentes. Notamos também que essa disputa já é pensada sob o ponto de vista da estruturação de uma programação das emissoras, isso acontece em meados da década de 60, mais precisamente ao ano de 1965.

Nesse momento, a Record era a terceira colocada em São Paulo com 25 pontos de audiência, contra 39 da Excelsior e 45 da Tupi. Nesse ano, a Globo só aparece nas pesquisas de audiência no Rio de Janeiro. Somente a partir de 1967 é que a Rede Globo de Televisão surge na disputa pela audiência e na programação em São Paulo, segundo pesquisa do instituto Marplan (BOLAÑO, 2004, p.105). Já a Record só passa a apresentar pontos de audiência no Rio de Janeiro, com base na mesma pesquisa, em 1982.

A Rede Globo de Televisão entra no ar: disputa, consolidação e concorrência.

A Rede Globo inicia as suas transmissões em 1965 no Rio de Janeiro e em 1966 em São Paulo depois da aquisição da TV Paulista. Sua entrada no campo de televisão brasileiro é seguida de uma luta intensa da emissora com as suas concorrentes e com alguns setores da imprensa. Essa disputa foi em função da Rede Globo de Televisão ter sido constituída a partir de um acordo com o grupo Time/Life e, por conseguinte, a partir da entrada de capital estrangeiro (CAPARELLI, LIMA, 2004, JAMBEIRO, 2000).

Sobre a legalidade ou não desse contrato, até hoje essa questão é discutida, conforme lembram Capparelli e Lima (2004) e Jambeiro (2000). Sobre essa querela muito pouco ficou explicado. O fato é que com esse acordo a Rede Globo de Televisão se transformou em uma emissora muito competitiva e, pouco tempo depois, se configurou como líder de audiência no cenário brasileiro.

É esse mesmo acordo que traz ao mercado brasileiro os padrões norte-americanos de administração, tanto de produção como de programação, implantando, aqui, esse modelo de televisão comercial, conforme salientam Mattos (2002) e Capparelli e Lima (2004). Uma citação de um folheto promocional da emissora carioca traduz essa investida, nele pode ser lido: “a entrada da TV Globo em funcionamento significa na realidade, que surgiu um novo conceito de televisão comercial no Brasil (...)”. (BOLANÑO, 2004, p.113).

É esse novo “conceito” implantado pela TV Globo, segundo Mattos (2002) e Capparelli e Lima (2004), que vai constituir as principais características da emissora, promovendo a consolidação da emissora carioca, em 1975, através da cristalização do “padrão Globo de Qualidade”.

A programação da Rede Globo privilegiou o grande público com emissões de baixo custo de programação e de alto retorno em relação aos pontos de audiência. Seguindo essa estratégia surgem programas, tais como: Chacrinha, Raul Longas e o “Casamento na TV, “Dercy Gonçalves”, “Tele-Cath”” (BOLANÑO, 2004, p, 118). A Globo inicia a sua programação investindo de modo diversificado nas três categorias que subdividem a televisão: ficção, entretenimento e informação (ECO, 1983; SODRÉ, 2001, CASSETI; ODIN, 1990; JOST, 1998, 2005) graças à implantação da Central

Globo de Produções. Após essa investida sobre a categoria entretenimento, através dos programas de auditório, é estreado o JN, principal programa jornalístico da emissora.

O Jornal Nacional (JN) foi lançado em 1969, quatro anos após a inauguração da emissora, e consiste em um dos programas mais antigos em tempo ininterrupto de veiculação. Carro-chefe nos programas jornalísticos, o Jornal Nacional é um dos principais programas que marcam o posicionamento discursivo da emissora.

Foi através da veiculação do JN que a TV Globo inaugurou a primeira rede de televisão no país. Em 1969, a Globo já era primeiro lugar em audiência no Rio de Janeiro e tinha uma audiência fiel em São Paulo (BOLAÑO, 2004, p.119). Também no início da década de 70, é a vez da instauração de outro programa carro-chefe da Rede Globo de Televisão que faz parte do seu núcleo de ficção: as telenovelas.

No início dos anos 70, a Globo passou a veicular, diariamente, as telenovelas, que tinham a mesma orientação voltada ao grande público, tal qual os programas de auditório, e eram adaptações mexicanas e cubanas. O que vale ser ressaltado é que as telenovelas funcionam para a grade de programação da Globo, desde aquele período até os dias de hoje, como uma forma de manter fiel o seu espectador.

Os três pilares da televisão (entretenimento, ficção e informação) foram trabalhados pela Globo. A emissora, desde o seu início, não apostou em apenas um único tipo de programa a exemplo dos de auditório, ou dos musicais veiculados pela Record. A Globo - através de uma grade de programação variada que envolve informação (JN), entretenimento (Chacrinha) e ficção (telenovelas) - consegue iniciar o seu processo de consolidação daquilo que mais tarde ficou conhecido como sendo: o “padrão Globo de qualidade”.

A diversificação da programação da Globo estava atrelada a sua principal estratégia: “Toda a estratégia da Globo, naquele momento, vai nesse sentido: conquistar um público fiel e de grandes dimensões para, com isso, poder negociar com os anunciantes devidamente respaldada” (BOLAÑO, 2004, p. 119). No entanto, salientamos que essa estratégia da emissora não só diz respeito a esse período de constituição da sua programação, mas orienta as ações de produção de produtos e de comunicação institucional e mercadológica da emissora.

As estratégias da Record para assumir a vice-liderança.

Até meados da década de 90, a luta pela audiência a partir das emissoras concorrentes não conseguiu ser traduzida em relação aos núcleos de produção (informação, entretenimento e ficção). As TVs se restringiram exclusivamente a oferecer investimentos em um ou no máximo dois núcleos de produção. Foi assim com a Manchete e a sua investida nas telenovelas e com o SBT e seus programas de auditório. Entretanto, a estratégia que tem sido realizada pela Record, a partir do ano 2000, é diferente. A construção de um “conceito” pela Record passa pela estruturação da grade de programação e da construção discursiva de um posicionamento em seus programas de televisão. E essa foi a questão crucial do seu centro decisório no momento do seu lançamento em 1989: qual linha adotar em relação ao posicionamento dos programas? (TAVOLARO, 2007).

Duas linhas de condução foram pensadas. A primeira delas seria passar a veicular, prioritariamente, programas de cunho religioso cuja ideologia estaria relacionada à Igreja Universal, da qual o principal proprietário da Record, Edir Macedo, ocupa o cargo de bispo. A segunda linha seria entrar com uma programação que buscasse competir de igual para igual com as outras emissoras, em especial a Rede Globo de televisão.

Nos anos iniciais da emissora, que vão de 1989 a 1992, ela passa a veicular programas que tinham mais relação com a linha de programação “igreja eletrônica”. A partir de 1993, entretanto, foram iniciados os esforços da Record de modo a consolidar uma programação comercial. A mesma estratégia pode ser observada atualmente.

Os investimentos na emissora após 1993 foram gradativos e ela iniciou um processo de construção de um novo posicionamento para a TV que não se concentraria exclusivamente em programas religiosos. A Record, através do diretor Eduardo Lafon, elabora, entre os anos de 1995 a 1998, a programação da emissora concentrada em: jornalismo, cinema, esportes e shows. Nesse período, o principal programa da emissora era o “Note e Anote”, apresentado por Ana Maria Braga, atualmente na Globo. A partir dessa primeira estruturação da emissora, ela atinge o terceiro lugar em audiência (BOLAÑO, 2004, p.239).

Diferente das emissoras concorrentes, a Record inicia a sua estratégia de fortalecer os três principais núcleos de produção da televisão: jornalismo, ficção e

entretenimento. Novas contratações surgem na emissora que buscam consolidar a produção dos seus produtos e oferecer capital simbólico aos mesmos.

Em busca de se tornar uma emissora competitiva, a Record passa a investir nesses três segmentos. Na área de ficção, implanta o seu núcleo de teledrama em 1997. No segmento de jornalismo (informação), a emissora lança os programas (Fala Brasil), Repórter Record, programa similar ao Globo Repórter, e o Jornal da Record apresentado por Boris Casoy que deixa o SBT. Esse telejornal se constituiu como um dos principais faturamentos da emissora (SQUIRRA, 1993).

No segmento entretenimento, a Record investe nos programas de auditório. Primeiro foi com o resgate do Programa Raul Gil, e do “Leão Livre”, apresentado por Gilberto Barros que substitui o programa do Ratinho que migra para o SBT, em 1998 (MATTOS, 2002). É válido destacar que o “programa Raul Gil” passa a ser líder no seu horário conseguindo até mesmo a desbancar a Globo nas tardes de sábado. Ainda no segmento de entretenimento, a emissora veicula os programas humorísticos a exemplo da Escolinha do Barulho, uma re-visitação a um formato bem aceito na Globo quando era apresentado por Chico Anisyo sob o título “Escolinha do Professor Raimundo”.

Com essa estratégia, a Record passa a se diferenciar das outras emissoras que realizaram ofensivas isoladas à Globo a partir de alguns programas de sucesso a exemplo do TJ Brasil ou Aqui e Agora, no SBT, e da telenovela Pantanal, da Manchete. A Record, com uma estratégia que visa dar conta dos principais núcleos de produção da televisão (informação, entretenimento e ficção), tem conseguido implantar um posicionamento competitivo em relação a atual líder, a Globo.

A Record também passa a investir a partir de 1997, na contratação de profissionais de boa aceitação do público na área da televisão, a exemplo de Boris Casoy, Ana Maria Braga, Carlos Massa (o Ratinho) e Goulart de Andrade (BOLAÑO, 2004, p.239). A emissora, também, não tem poupado esforços nos investimentos em tecnologia, principalmente na área de Jornalismo.

Em 1989, a emissora dispunha de um prédio de oito mil metros quadrados e era uma das últimas emissoras em relação aos pontos de audiência. O seu valor era de 45 milhões de dólares, que foi o investimento feito por Edir Macedo naquele ano (TAVOLARO, 2007, p.161).

No ano de 2007, a estrutura de produção da Record dispunha de 48 mil metros quadrados, somente em São Paulo. Enquanto que no Rio de Janeiro se localiza uma área exclusiva de teledramaturgia, segmento da ficção, denominada RecNov ocupando um espaço de 31 mil metros quadrados. Sua cobertura é de 98% em todo o país e dispõe de 99 emissoras próprias e afiliadas. Seu sinal atinge 125 países. No mesmo ano, conseguiu se consolidar como a segunda emissora mais assistida no Brasil e estima-se que a TV valha dois bilhões de dólares (TAVOLARO, 2007, p.161).

Algumas considerações acerca da hipótese

Diferente das outras emissoras de TV, a Rede Globo apresentou desde a sua fundação uma preocupação com os índices de audiência. Essa orientação da emissora em busca do público é observada graças à visão administrativa do grupo liderado pela família Marinho. Essa característica da emissora favorece ao longo da sua trajetória a constituição de um posicionamento para a realização dos programas, conhecido no meio televisivo como: “Padrão Globo de Qualidade”.

A estratégia da Record de investir de modo consistente nos três pilares da televisão (informação, entretenimento e ficção) tem conseguido construir, pela primeira vez na história da televisão brasileira, um projeto que já começa a oferecer sinais de retorno à emissora paulista.

Essa estratégia da Record tem gerado outros impactos diretos na programação da Globo e também no seu elenco. Na área de jornalismo, desde 2004, a Globo perdeu 60 jornalistas para a Record e tem pensado em migrar seu canal de TV segmentada (Globo News) para a TV aberta. No segmento de ficção, a Globo tem tido dificuldades em compor o seu elenco e profissionais, uma vez que a Record investiu 300 milhões de reais em teledramaturgia e contratou 40% dos técnicos da emissora carioca (CARTA CAPITAL, 2007).

Na área de entretenimento, o “Programa Mais Você”, importado da Record no final da década de 90 pela Globo, não tem conseguido mais vencer no horário da manhã e oscila entre seis e sete pontos, que são os mesmos índices da concorrente. Isso também acontece com o programa da Xuxa, principal atração da Globo na década de 80 para o público infantil. O investimento da Record em *reality* shows, a exemplo do programa “O Aprendiz”, tem oferecido bons resultados atraindo, também, as camadas A e B para a emissora (CARTA CAPITAL, 2007).

Ainda no segmento de entretenimento, a Record conseguiu direito de transmissão das olimpíadas de Londres 2012 (PROPMARK, 2008).

Esses impactos também podem ser visualizados nos índices de audiência em nível nacional. Entre 2005 e 2007, a Record tem um avanço de 9,4% em 2005, para 14,8% em 2007, representando um acréscimo de 5,4% em apenas dois anos. Enquanto isso, a Globo decresce 3,1%, contudo sofre uma queda de 9,5% no horário nobre em São Paulo (CARTA CAPITAL out 2007).

Diante dessas observações, supõe-se que um dos principais motivos que respondem a essa ascensão da Record em relação a Globo e as outras concorrentes advém de uma construção gradativa de um padrão ou conceito de programação. Ainda é cedo para afirmar que a Record terá sucesso nessa sua investida. É válido salientar que a emissora paulista vem sendo acusada de simplesmente *clonar* a programação da sua principal concorrente.

As implicações políticas, culturais e econômicas dessa mudança de cenário, se por um lado enfraquece um oligopólio, pode sugerir a ascensão de outro, conforme mencionou Brittos (2007). Entretanto, a possibilidade de ameaça em um mercado que até então era tido como impossível no país, passa a oferecer sinais de alterações. E essas mudanças podem provocar a ascensão de outras emissoras e aquecer ainda mais o debate. O exemplo da Record parece sugerir que a fórmula: investimentos e estratégia de programação pode ser um bom começo para acirrar a disputa.

Referências

BOLAÑO, César. **Mercado brasileiro de televisão**. São Paulo: Educ, 2004.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício. **Comunicação e televisão**. Desafios da pós-globalização. São Paulo: Hacker, 2004.

CARTA CAPITAL. São Paulo. out. 2007a

CARTA CAPITAL, São Paulo. mar. 2007b

ECO, Umberto. Têvê : A transparência perdida. In : _____. **Viagens na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1983.

IBOPE. **Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística**. (Almanaque Brasil). Acesso gratuito. Disponível em: www.ibope.com.br. Acessado em: maio 2007.

_____. Acessado em: Março de 2010.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: EDUFBA. 2002.

_____. **Regulando a TV**. Uma visão comparativa no Mercosul. Salvador: EDUFBA, 2000. 245p.

JOST, François. **Comprendre la télévision**. Paris: Armand Colin, 2005

_____. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MATTOS, Sérgio. História da televisão brasileira. uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002. 247p.

_____. **A televisão na era da globalização**. São Paulo: Intercom, 1999. 176p.

_____. **Televisão e cultura no Brasil e na Alemanha**. São Paulo: GRD, 1997a. 150p.

_____. **A televisão e as políticas regionais de comunicação** São Paulo: Intercom, 1997b.

NOGUEIRA, Armando. Armando Nogueira: o Elitista do texto. IN: SILVA JÚNIOR, Gonçalo. **Pais da TV**. A história da televisão brasileira contada por -Armando Nogueira *et al*. São Paulo: Conrad Editora do Brasil., 2001. p.16-39.

PROPMARK . **Jornal Propaganda & Marketing**. TV para todos. Ano 14, n 160. jun . 2008.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito além do Jardim Botânico**. Um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus, 1985.

SODRÉ, Muniz. **Televisão e Psicanálise**. São Paulo: Ática, 2003.

_____. **O monopólio da fala**. Função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2001.

SQUIRRA, Sebastião. **Boris Casoy**. O âncora no telejornalismo brasileiro. Petrópolis: Vozes, 1993.

TAVOLARO, Douglas. **O Bispo**. A história revelada de Edir Macedo. São Paulo: Larousse do Brasil, 2007.

VEJA. São Paulo. Edição 2029 ano 40 n.40. Out 2007