

**SELEÇÃO DE PROGRAMAS
UMA EXPERIÊNCIA DE DELIMITAÇÃO DO CORPUS**

**SELECTION OF PROGRAMS
AN EXPERIENCE OF DELIMITATION OF THE CORPUS**

**LA SELECCIÓN DE PROGRAMAS
UNA EXPERIENCIA DE LA DELIMITACIÓN DEL CORPUS**

Prof. Dr. João Batista Freitas Cardoso¹

Prof. Dr. Roberto Elísio dos Santos²

¹ Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP. Membro do Núcleo de Estudos em Comunicação e Inovação da Universidade IMES (NECI/IMES). E-mail: jbfcardoso@uol.com.br. Tel. (13) 3251-8207.

² Pós-Doutorado pela ECA-USP. Membro do Núcleo de Estudos em Comunicação e Inovação da Universidade IMES (NECI/IMES). E-mail: roberto.elisio@imes.edu.br .

Resumo

Nos últimos anos o estudo da linguagem televisiva tem estado na pauta de um grande número de pesquisadores que utilizam as teorias semióticas em estudos empíricos de observação dos signos deste sistema. Os conceitos originários das distintas correntes semióticas servem, nesse caso, como fundamentos a métodos ou modelos de observação dos signos televisuais – visuais, verbais e sonoros. Contudo, antes de fazer uso da chamada *semiótica aplicada*, o semioticista encontra-se sempre diante do desafio de delimitar o *corpus* em um sistema tão complexo. A seleção de uma emissora, uma programação, um gênero, um programa, ou ainda, a definição de um elemento de composição do sistema – a cenografia, a indumentária, a iluminação, dentre outros – é uma tarefa tão árdua e determinante como a análise em si. Nesse sentido, o presente texto visa colaborar sugerindo um roteiro de delimitação do *corpus* para pesquisas desse tipo. Para apresentar esse percurso metodológico, é utilizado como exemplo um elemento específico de configuração da linguagem visual televisiva, o *cenário*.

Palavras-chave: Televisão. Delimitação de *corpus*. Análise televisiva.

Abstract

In recent years, the study of the television language has been in the agenda of a great number of researchers who use the semiotic theories in empirical studies of the signs of this system. The original concepts of distinct semiotic branches serve, in this in case, as a basis for the methods or models of observation of the TV signs – visual, verbal and sonorous. However, before making use of the so called applied semiotics, the semiotist is challenged to delimit the corpus in this complex system. The selection of a channel, a programming, a gender, a program, or the definition of an element of composition of this system – the cenography, the figurine, the illumination, among others – it is a so arduous and determinative task as the own analysis. So, the present text aims to collaborate by suggesting a guide of delimitation of the corpus for this type of research. To present this methodological way, a specific element of configuration of the televising visual language, the scenery, is used as an example.

Key words: Television. Delimitation of corpus. Television Analysis.

Resumen

En los últimos años, el estudio de lenguaje televisivo ha estado en la pauta de una gran cantidad de investigadores que utilizan las teorías semióticas en estudios empíricos del comentario de los signos de este sistema. Los conceptos originales de distintas áreas de la semiótica sirven, en este caso, como base para los métodos o los modelos del comentario de los signos televisivos – la representación visual, verbal y sonora. Sin embargo, antes de hacer uso de la llamada semiótica aplicada, el semioticista es siempre desafiado a delimitar lo corpus in un sistema tan complejo. La selección de un canal, una programación, un género, un programa, o aún, la definición de un elemento de la composición del sistema – la escenografía, la indumentaria, la iluminación, entre otros - es una tarea tan ardua y determinativa como el análisis en sí mismo. En esta dirección, el actual texto tiene como objetivo colaborar sugiriendo un guía de la delimitación de lo corpus para este tipo de investigación. Para presentar este proceso metodológico, se utiliza como ejemplo la escena, un elemento específico de la configuración de la lengua visual de la televisión.

Palabras-clave: Televisión. Delimitación de lo corpus. Análisis televisivo.

Introdução

Na segunda metade do século XX, os estudos estruturalistas estimularam uma série de pesquisas semióticas no campo literário. Em curto espaço de tempo, essas pesquisas passaram a cuidar também do campo visual e das inter-relações sógnicas nas mídias. Surgem, então, pesquisas, nas diferentes correntes semióticas, empenhadas em compreender o processo de significação em sistemas que operam com signos de diferentes naturezas. Esse tipo de estudo, com o tempo, passa a ser conhecido como *semiótica aplicada*.

Ainda que a *semiótica teórica* e a *semiótica aplicada* não sejam duas vertentes distintas, de modo geral, esses dois “campos” costumam ser vistos pelos pesquisadores como independentes. O que chamamos aqui de semiótica aplicada é, de certo modo, o conjunto de teorias semióticas utilizadas para estudos empíricos. A teoria aplicada, dessa forma, é definida a partir de sua capacidade de verificar uma linguagem específica. Nesse sentido, os conceitos tomam um caráter operatório, servindo de fundamento a métodos ou modelos de observação.

Como teoria aplicada, a semiótica trafega hoje nos diversos campos das chamadas ciências sociais aplicadas (jornalismo, publicidade, produção em rádio e TV etc.), oferecendo métodos para leitura de signos midiáticos nas distintas instâncias do processo comunicativo: no sistema produtor da mensagem; em sua recepção; ou, ainda, no próprio meio (revistas, jornais, televisão etc.). No que se refere especificamente às linguagens presentes nas mídias, o permanente avanço tecnológico impõe uma série de inovações a cada uma dessas instâncias. São justamente essas inovações que reclamam por um tratamento semiótico.

No caso específico da televisão, um dos meios que tem recebido grande atenção por parte dos semioticistas, os signos de configuração da linguagem (visuais, verbais e sonoros) estão aptos a estabelecer uma série de relações que desvelam, no sistema, um potencial sógnico ilimitado. Na visão de Pignatari (1984, p. 14), “a televisão é um veículo de veículos”, cuja linguagem “combina todas as linguagens, numa produção seriada e industrializada da informação e do entretenimento”. A mensagem televisiva, polissêmica, é influenciada pela linguagem do desenho, da fotografia, do cinema, da literatura e do jornalismo, do teatro, do rádio etc. O sistema apresenta-se, então, como um campo apropriado para a aplicação das teorias semióticas.

Contudo, antes de fazer uso dos instrumentais semióticos no exame dos signos de composição da linguagem televisiva, o pesquisador deve delimitar o *corpus* que será objeto de análise (uma emissora, uma programação, um gênero, um programa, ou ainda, um elemento específico – a trilha sonora, figurino, cenário etc.). O presente texto tratará justamente da

delimitação do *corpus*, etapa fundamental em qualquer pesquisa que tenha como principal objetivo o exame de signos responsáveis pela configuração da linguagem na televisão.

1. Tipos de análises em televisão

Gustavo Orza, em *Programación Televisiva* (2002), defende a idéia da existência de quatro tipos básicos de análises no universo televisivo (ibid, p. 39): (1) a *análise das tipologias das emissoras* a partir da preponderância de programações específicas – como esportes, informações, filmes, desenhos, ou, até mesmo, programações variadas, como no caso das emissoras generalistas; (2) a *análise dos programas* a partir dos gêneros ou tipos de programas – seus conteúdos, estruturas narrativas e argumentativas, ou seja, o seu funcionamento comunicativo; (3) a *análise da programação* – o modo como se organizam os programas nas grades e fluxos das emissoras, o perfil da linha editorial das mesmas; (4) e, para finalizar, a *análise da oferta de mercado* – que aborda o conjunto de programações em redes abertas ou por assinatura dentro de um determinado espaço territorial.

Diante destes quatro modelos de análises, pode-se observar que cada um deles se preocupa com uma forma específica de comunicação com o público ou com a sociedade, que Orza situa em três grandes núcleos temáticos: “la *producción* de discursos, la *circulación social* de los discursos y el *consumo* de esos discursos” (ibid.). No primeiro modelo proposto, a análise se encarregará de observar, a partir da definição do perfil da emissora, a que público se destina a produção e veiculação do material televisado. O modelo seguinte visa mostrar como um programa específico, ou determinado gênero, se comunica com seu público, que elementos comunicacionais são utilizados na composição do *texto televisivo* – vale frisar que a noção de “texto”, na semiótica, equivale a um sistema coeso de sentido, e não só ao sistema verbal. No terceiro, observam-se os discursos dominantes da emissora, ou seja, como ela se comunica com a sociedade e como se posiciona diante da concorrência. Já na aplicação do último modelo de análise, pode-se ter acesso às principais características do material televisual fornecido em uma região, em um determinado horário ou período.

Tendo em vista que este texto apresenta um percurso metodológico que visa auxiliar na determinação de amostras (no sistema televisivo) a serem analisadas com instrumentais fornecidos pela semiótica, cabe lembrar que, no processo de delimitação do *corpus*, mesmo quando a pesquisa se limita aos níveis de análise de um *programa* (2) ou de uma *programação* (3), o modelo das *tipologias* (1) acaba sendo importante, já que tem condições de mostrar a totalidade de discursos das emissoras que potencialmente possam vir a fornecer sua programação ou programas como objeto de análise. O mesmo acontece com o modelo de

oferta de mercado (4), pois, para definir um recorte que proporcione uma amostra satisfatória para observação do objeto, é necessário identificar as tendências predominantes das emissoras de uma determinada região, em um certo período de tempo.

Sendo assim, para examinar um *programa*, deve-se antes observar o *mercado*, identificando as características das emissoras disponíveis e suas *tipologias*, para, a partir dessas informações, chegar às suas *programações* e, só depois disso, à seleção dos *programas*. O processo torna-se ainda mais longo quando temos como objeto de análise elementos de composição dos programas. Ou seja: estruturas narrativas, cenários, indumentárias etc. Nesse caso, como sugere Orza, devemos “descomponer y recomponer unidades, intentando comprender más a fondo sus reglas de construcción y funcionamiento para, después, establecer un sistema de tipologías” (ibid, p. 68).

2. Observando signos em movimento

Para Orza, partindo de um macroambiente, as redes nacionais de transmissão, pode-se chegar aos elementos de configuração da linguagem – roteiro, trilha sonora, iluminação, indumentária, cenário etc. – de qualquer produto televisivo – um capítulo de uma telenovela, uma edição de um telejornal, um filme publicitário, dentre tantos outros. Para apresentar esse percurso, será utilizado como exemplo um processo de delimitação do *corpus* efetuado com o objetivo de definir uma amostra representativa de produções cenográficas televisivas (ver CARDOSO, 2006).

Na análise dos signos cenográficos, assim como na análise de qualquer elemento de base da composição do quadro videográfico, um capítulo de um programa, selecionado na programação de canal específico, ainda não é suficiente para que o examinador tenha condições de observar o objeto completamente. Tratando-se de material televisual, o objeto está vivo, em movimento e, sempre esquivo, não descansa sob o olhar do pesquisador. Como bem lembra Ciro Marcondes Filho (2000): “Se temos diante de nós uma foto, podemos parar e olhá-la minuciosamente. Os movimentos e as cenas estão congelados e por isso podemos nos deter nos detalhes, nas expressões, nos ambientes” (ibid, p. 13). A este tipo de relação do olhar do observador com a imagem fixa, Marcondes chamará de *relação intensiva* (ibid.). Para Marcondes, diante de uma imagem fotográfica, uma cena parada, é possível vasculhar todos os seus detalhes, explorá-la em toda sua densidade.

Em contraposição a este tipo de relação, Marcondes sugere um outro, ao qual chama de *relação extensiva*. E é justamente nesse ponto que reside um de nossos maiores obstáculos.

Esse tipo de relação se dá justamente entre o telespectador e a imagem televisiva, entre o observador e uma imagem em movimento. Neste tipo de relação “não se tem tempo de parar sobre uma determinada cena, pois todas elas se movem num ritmo muito rápido; a troca de planos e imagem é ultra-acelerada. Não se pode fixar em detalhes. Só se intencionalmente o realizador do programa quiser que o telespectador os observe” (ibid.), ou então, se o observador congelar as cenas previamente gravadas. Contudo, nesse último caso, o analista estará perdendo outros textos de composição da cena, como o movimento, som, edição, etc.

Anna Maria Balogh (2002), escrevendo sobre a ficção na TV, alerta para outros obstáculos que pesquisadores da maioria dos gêneros televisivos encontrarão no percurso de sistematização e análise de seus objetos. Ainda tratando da questão do tempo na imagem em movimento, a autora questiona: “como sistematizar aquilo que está sempre em processo, em andamento, todos os dias diante de nossos olhos?” (ibid, p. 18).

Segundo a autora, o conflito se encontra justamente no recorte dado pelo pesquisador:

caso se detenha muito sobre os programas, no intuito de aprofundar seus mecanismos, encontrará leitores-espectadores que já não lembram das obras analisadas, o objeto escapa das mãos da crítica. Em contrapartida, se a crítica se faz no dia-a-dia, *pari passu* com a veiculação dos programas, o tempo de reflexão é tão escasso que os programas podem não ficar devidamente caracterizados em seus aspectos mais marcantes (ibid.).

Contudo, as dificuldades não se encerram tão somente nas questões referentes ao tempo (à rápida velocidade da imagem em movimento na tela da televisão, de que trata Marcondes, ou à velocidade na criação e produção diária do material televisivo, que preocupa Balogh). O tamanho do objeto também acaba sendo um dos entraves na análise. “Muitos dos formatos ficcionais são extremamente longos (...). Gravar e pesquisar duas novelas apenas, significa seguir, gravar e rever *n* vezes 360 capítulos” (BALOGH, ibid.). Nesse caso, diferentemente do pesquisador de cinema, que tem seu objeto de análise encerrado quase sempre em único DVD, na maioria das vezes o pesquisador de TV tem que selecionar os capítulos e as cenas mais relevantes do programa ou gênero que está sob análise e editá-los de tal forma que possa apreciar o corpo do objeto como algo uno.

3. O signo cenográfico sob o olhar do telespectador

Para que se possa observar um signo cenográfico – ou qualquer outro tipo de signo do *texto televisivo* – como componente significativa, é preciso ter em mente que o *texto televisivo* é uma unidade comunicativa complexa em que intervêm na análise elementos complementares distintos, como descreve Orza (ibid, p. 107): (1) o *produtor* do discurso televisivo (múltiplo e complexo e que manifesta uma intenção); (2) a *estrutura* do texto televisivo (com sua delimitação material, espacial e temporal; com seus conteúdos, funções comunicativas e linguagem); (3) o *destinatário* do texto (ainda mais complexo que o produtor, já que sobre ele incidem aspectos perceptivos, sociais, culturais, etc.). Segundo Orza, nesse processo, existem, necessariamente, três níveis complementares: “*la producción, el producto y el reconacimiento*” (ibid, p. 108).

Se uma análise for centrada em um dos níveis, se estabelecem, de alguma forma, certas associações com os outros dois, como, por exemplo: os traços do produtor ou do destinatário podem estar impressos, de forma explícita ou implícita, no texto; a produção pode tentar alcançar, no texto, o perfil médio do público; as intenções e objetivos do produtor podem ir ao encontro das necessidades ou desejos do destinatário; o caráter dos conteúdos propostos pode refletir a imagem desejada do público etc. É importante ainda levar em conta uma série de variáveis, caso a observação do *produto* se dê através do olhar do *produtor*, ou então, através do olhar do *público*.

Considerando a segunda hipótese, quando observamos os cenários expostos nos programas televisivos, como o telespectador os percebe em sua casa, devemos ter em mente que esta percepção não é, e nem deve ser, completa, já que o cenário se coloca na cena, seguindo os princípios difundidos pelos estudos da *gestalt* (ver ARNHEIM, 2005 e DONDIS, 2003), como *fundo*. Ainda assim, mesmo sem fixar o olhar nos elementos cenográficos, pode-se afirmar que há um primeiro grau de significação na cenografia que não foge à percepção do mais desatento espectador: o reconhecimento do cenário como *espaço natural* ou como *espaço construído*. Diante da tela, o telespectador reconhece que alguns ambientes são construídos, produzidos única e exclusivamente para aquele momento, para aquele programa, são ambientes fictícios, e que outros são ambientes “reais”, isto é, têm existência própria, independentemente de sua utilização em um programa televisivo.

Nesse caso específico, Orza, buscando classificar algumas topologias de modelos espaciais presentes nos programas televisivos, recorre ao trabalho desenvolvido por Ruggero Eugeni (1991): “A partir del análisis de una serie de programas, el analista construye dos modelos opuestos de espacio televisivo: el espacio ‘autorreferencial’ (que remite a si mismo)

y el espacio ‘heterorreferencial’ (que remite al mundo externo)” (ibid, p. 72). Segundo Orza, outras pesquisas que buscam resultado sobre o mesmo tema são as de Pozzato (1992) e as de Caprettini (1996): “ambas realizan un estudio histórico acerca de los modos de construcción del espacio en la TV” (ibid, p. 72). É importante ressaltar aqui que os modelos propostos por Eugeni ainda não são suficientes para atender completamente às especificidades de objetos tão particulares como o *cenário*. Pode-se encontrar, tanto em cenários que fazem uso de *espaços naturais* (locações) como em cenários que fazem uso de *espaços construídos* (em estúdios ou cidades cenográficas), a *autorreferencialidade* e *heterorreferencialidade*. Ou seja, um salão de baile em uma minissérie, construída em um estúdio de televisão, apenas com três paredes e sem teto, com portas, janelas e escadas falsas, pode remeter a algum salão existente, ou que tenha existido, como pode encerrar-se em sua própria existência.

No entanto, a idéia de oposição entre espaços televisivos que têm existência própria, *espaços naturais*, e espaços televisivos projetados e confeccionados para um fim específico, *espaços construídos*, também presentes na teoria de Eugeni, indicam um caminho bastante seguro no processo de delimitação do *corpus* para aqueles que desejam observar os elementos da cenografia televisiva (cenário, iluminação, figurino, adereços, maquiagem etc.).

Cabe ressaltar aqui que os termos *espaços naturais* e *espaços construídos* não se referem unicamente à oposição entre ambientes da natureza e construções, edificações, que tenham sido produzidas pelas mãos dos homens. É preciso ainda levar em conta que essas duas formas de representação cenográfica se encontram presentes nos principais gêneros televisivos. Ou seja, os ambientes *naturais* e *construídos* estão presentes nas novelas, nos telejornais, nos *game shows*, *talk shows* etc, o que acaba indicando que, quando o objeto é o cenário, esta categorização se mostra mais apropriada como ferramenta de seleção da amostra.

4. Uma experiência de delimitação do corpus

Ainda utilizando como exemplo o trabalho já mencionado, antes de chegarmos ao objeto, o *cenário televisivo*, foi efetuada a seleção dos programas. As primeiras questões que se apresentam no momento da definição do quadro de programas que será utilizado como amostra para aplicação da análise são: que emissoras e que gêneros devem ser selecionados para que se possa ter programas representativos e conclusões válidas? Quantos programas são suficientes para que se possam identificar diferentes tipologias cenográficas que sirvam como modelos de aplicação? Quantos capítulos dos programas selecionados são necessários para se ter um panorama da forma de utilização dos cenários nos diferentes gêneros?

Para que não fosse realizada uma análise de produções cenográficas escolhidas aleatoriamente que, no final, se revelassem como uma amostra estatisticamente pouco representativa, optou-se por selecionar, a partir da hierarquização das informações levantadas, um grupo de programas específicos presentes na grade horária da programação das emissoras mais representativas por suas características diferenciadoras. Orza lembra que:

el acotamiento más preciso del discurso televisivo lo hallamos en los programas y programaciones de televisión. Los programas de televisión se ofrecen a la articulación y fragmentación dentro de una programación televisiva, es por eso que ésta puede ser entendida como el sistema contenedor de una multiplicidad de programas, y el hecho de estudiarla nos obliga a observar las gramáticas desde las que se organizan los programas dentro de una grilla hasta forma un flujo de discursos (ibid, p. 34).

O primeiro passo na delimitação do universo foi, então, a seleção das emissoras, o que acabou dando origem a outros questionamentos: que diferentes tipos de emissoras estão disponíveis? Existem diferenças entre as programações das emissoras abertas e das emissoras pagas? Existem diferenças significativas entre os perfis da programação de emissoras públicas e privadas? Existem diferenças significativas entre os perfis da programação de emissoras generalistas e segmentadas? Quais são os gêneros predominantes em cada uma delas?

Estes questionamentos nos levaram ao levantamento comparativo das emissoras de televisão, centrando tal comparação nos seguintes casos: (1) programação de canais abertos vs. canais por assinatura; (2) programação de rede privada vs. rede pública; (3) programação de emissora generalista vs. emissora segmentada.

Tendo determinado as emissoras, e suas respectivas programações, o próximo passo foi levantar os programas mais representativos. O primeiro critério de segregação da amostra partiu da ótica do *produtor*, através dos seguintes questionamentos: em que programa se percebe o maior uso do cenário, seja ele *natural* ou *construído*, na composição do texto? Que programas investem a maior quantidade de recursos na produção cenográfica? A resposta a estas questões parece-nos óbvia: a programação líder da emissora, o *prime time*.

Responsável pelos maiores índices de audiência, no *prime time* se concentra o *locus* de captação dos recursos publicitários e, conseqüentemente, o maior investimento na produção do material televisual. A análise da programação do *prime time* considera, como afirma Orza, “la existencia de horas ‘pico’ en las que se produce una aglutinación de audiencia (la familia, los adolescentes, los solos y solas, los ancianos, etc.) que coincide en el contacto con la TV y el consumo televisivo” (ibid, p. 222).

Segundo Orza (pp. 222-223):

La ubicación y *extensión* del *prime time* varían considerablemente según los distintos países y culturas, ya que se relacionan con los hábitos socioculturales de consumo televisivo. Por ejemplo, en España, con una TV en extremo trasnochadora, el *prime time* televisivo comienza a las 21 horas y se extiende más allá de las 24, negando, incluso, a las 2 de la mañana la emisión de programas en directo (ya en una programación de trasnoche).

Na Argentina, por sua vez:

existe una tradición que ubica a programas como *Telenoche* (Canal 13) *Susana Giménez* (Telefé), o alas clásicas *telenovelas* de Azul TV, en un horario que marca las 20 horas. Así, los programadores abren fuego en un horario que se extenderá hasta las 23, pudiendo llegar a variar según el programa y la emisora involucrada.

No Brasil, o *prime time* nas emissoras generalistas, em especial na TV Globo, se estabeleceu no período compreendido entre o *Jornal Nacional* e a programação seguinte à *Novela 3* (“novela das oito”), conhecido popularmente como “horário nobre”. Contudo, nem sempre o horário de audiência se concentra na faixa das 20h às 23h. Determinadas emissoras segmentadas, como aquelas voltadas para o público infantil ou até mesmo emissoras especializadas em telejornalismo, têm seu horário de maior audiência em outros períodos.

Sendo assim, parece-nos que uma das formas mais seguras de se elencar os programas mais representativos de uma grade de programação é observar quais os gêneros predominantes na emissora, em tempo de duração, e quantos programas se aglutinam nesse gênero. Nesse caso, estamos levando em conta que as emissoras, em busca de audiência, devem priorizar a produção de programas que agradam mais ao seu público.

Orza indica uma forma de diferenciar tempo da programação de tempo de resto da emissão:

(1) Tiempo de programación: tiempo ocupado por los programas de TV; incluye los tiempos de señal de ajuste; incluye los tiempo de presentación/apertura y despedida/cierre de los programas; (2) Tiempo de resto de emisión: tiempo de publicidad de productos y servicios; tiempo de publicidad institucional/corporativa; tiempo de propaganda; incluye las autopromociones de la cadena. (ibid, p. 193).

Em *O Cenário Televisivo* (CARDOSO, 2006) foi realizado um trabalho de levantamento do tempo de programação das emissoras selecionadas, desconsiderando o tempo

destinado ao material publicitário. As amostras selecionadas compreenderam as programações de três emissoras (uma generalista; uma segmentada; e uma pública). Em seguida, passamos à catalogação do tempo de duração dos programas de cada emissora, utilizando como forma de orientação o modelo da *ficha de registro*, proposta por Orza (ibid, p. 208), adequando os tópicos à realidade do nosso objeto. A ficha de registro de programas funciona como uma *base de dados* e incorpora como informações centrais os seguintes itens: a) nome da emissora; b) período de programação analisado; c) horários em que se subdivide a programação; d) nomes dos programas que se articulam na programação; e) duração dos programas em quantidade de minutos emitidos; f) catalogação dos programas por gêneros.

Assim, da totalidade de emissões de cada uma das emissoras selecionadas, efetuou-se um recorte na grade *vertical* da programação, no período determinado, selecionando um número de programas considerados representantes dos principais gêneros televisivos. O recorte na grade *vertical* é feito pela observação dos programas em uma programação de modo cronológico durante um tempo pré-estabelecido: um horário específico; um dia da semana; uma semana; etc.

Contudo, apesar de aparentemente parecer simples, Arlindo Machado, em *A Televisão levada a sério* (2000), narra que sua maior dificuldade na análise dos gêneros televisivos se encontrou justamente na delimitação do tipo de produto que deveria ser selecionado. “Muitas vezes a televisão é utilizada para exibir filmes que foram feitos originalmente para o cinema, ou para transmitir espetáculos musicais, concertos e partidas esportivas não necessariamente concebidos para a tela pequena” (p. 26). A seleção de Machado foi orientada pela produção exclusivamente televisiva. Do mesmo modo, se o objeto de análise será um elemento de composição do texto televisivo, devemos também nos limitar aos programas pensados e produzidos para o meio, que, como lembra machado, “levaram em consideração questões próprias do meio, de sua linguagem, de sua tecnologia, de sua economia e de suas condições de percepção” (ibid.).

Referências Bibliográficas

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e Percepção Visual: uma psicologia da visão criadora*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005. 503p.

BALOGH, Anna Maria. *O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002. 224p.

CARDOSO, João Batista F. *O Cenário Televisivo: linguagens múltiplas fragmentadas*. 2006. 397 p. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 20 de março de 2006.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. 236p.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000. 246p.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: a vida pelo vídeo*. 15ª ed. São Paulo: Moderna, 2000. 119p.

ORZA, Gustavo F. *Programación Televisiva: un modelo de análisis instrumental*. Buenos Aires: La Corujía, 2002. 249 p.

PIGNATARI, Décio. *Signagem da Televisão*. 3ª. ed. São Paulo: Brasiliense, 1984. 144 p.