



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**CHAMANDO A AUDIÊNCIA:
COMO O TELESPECTADOR PERCEBE AS CHAMADAS DE PROGRAMAÇÃO**

Renan Porto da Silva Sampaio

Rio de Janeiro/ RJ
2011

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**CHAMANDO A AUDIÊNCIA:
COMO O TELESPECTADOR PERCEBE AS CHAMADAS DE PROGRAMAÇÃO**

Renan Porto da Silva Sampaio

Monografia de graduação apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof.^a Claudete Lima da Silva

Rio de Janeiro/ RJ
2011

**CHAMANDO A AUDIÊNCIA:
COMO O TELESPECTADOR PERCEBE AS CHAMADAS DE PROGRAMAÇÃO**

Renan Porto da Silva Sampaio

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por

Prof.^a Claudete Lima da Silva – orientadora

Prof. Dr. Eduardo Refkalefsky

Prof. Dr. Luis Solon Gonçalves Gallotti

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro/ RJ
2011

SAMPAIO, Renan Porto da Silva.

Chamando a audiência. (Como o telespectador percebe as chamadas de Programação/
Renan Porto da Silva Sampaio – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2011.

104 f.

Monografia (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro,
Escola de Comunicação, 2011.

Orientação: Claudete Lima

1. Chamada. 2. Programação. 3. Rede Globo. I. LIMA, Claudete II. ECO/UFRJ
III. Publicidade e Propaganda IV. Título

Para meus pais, minha irmã e minha namorada,
com muito carinho.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, por todo o apoio dado em tudo que sempre fiz.

À Thatá, sempre ao meu lado, frente e onde puder estar para me ajudar.

À minha irmã, Salú e Zoé, que alegraram meus dias durante esta caminhada.

À minha avó Thereza, uma fofura.

À minha madrinha, Dalva, minha segunda mãe.

Ao meu primo Anderson, um de meus exemplos.

Ao meu amigo Otávio, pelo amigo que é.

Ao Daniel e ao Philippe, meus amigos de profissão e ECO.

A todos os professores que me ajudaram a chegar a mais essa conquista.

Ao Chico Leão, meu chefe, sempre muito prestativo comigo e com este trabalho.

Aos meus amigos da Rede Globo.

A todos os meus entrevistados, muito importantes para esta pesquisa.

À Claudete Lima, a melhor das orientadoras e professoras.

SAMPAIO, Renan Porto da Silva. **CHAMANDO A AUDIÊNCIA:** como o telespectador percebe as chamadas de programação. Orientador: Claudete Lima da Silva. Rio de Janeiro, 2011. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, UFRJ.

RESUMO

A proposta neste trabalho é avaliar a eficiência das chamadas promocionais da Rede Globo. A emissora carioca foi pioneira, no Brasil, neste tipo de comunicação e, possivelmente, com sucesso, uma vez que, hoje, é uma mídia presente nos *breaks* de todas as outras concorrentes. Este trabalho foi alicerçado numa pesquisa de campo, na qual foram testadas chamadas de quatro programas junto a uma amostra pré-definida de telespectadores. Para evitar qualquer viés de influência do programa sobre os resultados da pesquisa, foram selecionadas para o teste quatro peças de conteúdos bem diferentes entre si - chamadas de programa de esporte, de variedades, de auditório, e de uma novela. Além da pesquisa de campo, o trabalho contou com pesquisa teórica, que envolveu importantes títulos relacionados aos conceitos de eficiência na comunicação e publicações acadêmicas referentes ao objeto de estudo do trabalho. A proposta foi de, efetivamente, avaliar até que ponto a chamada promocional funciona como simples informativo ou lembrete para o telespectador assíduo, ou se ela tem a capacidade de motivar os menos regulares e, até mesmo, atrair novos, ampliando a audiência do programa.

Palavras-chave:

Chamada. Rede Globo. Promoção. Grade de programação. Televisão. Telespectador.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. A CHAMADA	12
3. IDENTIDADE.....	16
3.1 O padrão Globo de chamadas.....	16
3.2 A identidade sonora das chamadas.....	20
4. CHAMANDO DIFERENTE.....	24
4.1 A importância do diferencial.....	24
4.2 Atenção seletiva.....	27
5. A PESQUISA EM LINHAS GERAIS.....	31
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	35
REFERÊNCIAS.....	41
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO USADO NA PESQUISA.....	42
APÊNDICE B – ENTREVISTAS TRANSCRITAS.....	43

1. INTRODUÇÃO

Dominique Wolton (1996) refere que “a televisão é um fator de identidade cultural e de integração nacional, devido à dupla condição de ser uma televisão assistida por todas as classes sociais e de ser um espelho da identidade nacional”. Regina Almeida, em 2006, diz também sobre a televisão que suas “mensagens são trabalhadas pelos receptores como matéria prima para alimentar a discussão e o debate em uma interação face a face com indivíduos que podem ou não ter participado da quase interação mediada”.

A televisão ocupa um papel de destaque na sociedade brasileira, já que o seu conteúdo se perpetua e multiplica nas bocas de todos que assistem os programas. Seja o futebol, que vira conversa em qualquer roda de amigos, ou as novelas, que são lembradas e discutidas nos ambientes de trabalho. É como diz Regina Almeida (2006) sobre a chamada “astúcia do vídeo”, de Muniz Sodré (1984), em *O monopólio da fala*: “oferecendo uma distração fácil, o conhecimento emanado pela televisão consiste em um ‘saber comum’ no qual o espetáculo vai ao espectador”.(ALMEIDA, 2006, p. 23)

Ver televisão é um ato que, para muitos, trata-se apenas de um mero entretenimento, talvez a forma de distração mais popular que a tecnologia nos trouxe. Há quem assista televisão e ache insuportável a ideia de ser obrigado a ver também os intervalos comerciais, recheados de propagandas dos mais diversos produtos e serviços, ainda mais quando se trata de televisão paga.

Acontece que poucos se dão conta de que, mesmo quando estão assistindo sua novela favorita, ou ao jogo de futebol do seu time do coração, ou até mesmo o noticiário, na verdade estão consumindo produtos. Sendo assim, da mesma forma que uma grande montadora ou banco invista quantias exorbitantes com publicidade, ou qualquer outro tipo de promoção, é mais do que natural que uma televisão reserve parte de seus intervalos comerciais para promover a sua linha de produtos – a grade de programação.

As chamadas de programação são o principal modo que uma emissora de televisão tem de se comunicar com a sua audiência. Através delas, a emissora marca um encontro com o telespectador, chama e faz o seu público saber sobre a sua grade, informação de maior importância já que a venda de espaços publicitários e de merchandising – principais fontes de receita de uma emissora, juntamente com a comercialização das cotas de patrocínio – tem seus valores diretamente relacionados com a audiência gerada por cada programa.

Dessa forma, a importância da chamada promocional para uma televisão é, acima de tudo, econômica. E será dessa forma que tratarei este tipo de mídia neste trabalho: como peça publicitária, embora muitos não tenham essa exata noção, justamente por não enxergarem os *talk-shows*, teledramaturgias ou programas de auditório como produtos passíveis de compra, mas meramente entretenimentos.

A Divisão de Promoções da Rede Globo é uma equipe de cerca de 50 profissionais, voltados para a venda da grade de programação da emissora carioca. Seu objetivo é alavancar a audiência dos programas, cujos índices são usados quase todos os dias como forma de *feedback*.

E a palavra *feedback* é justamente a palavra que representa a motivação para a escolha do tema desta pesquisa. Já que é impossível – com os recursos disponíveis - mensurar o impacto do trabalho realizado pela Promoções nos índices de audiência alcançados pela programação Global, nesse projeto, o objetivo é verificar como o produto final da Promoções impacta o telespectador.

Para isso, foi executada uma pesquisa qualitativa, que contou com entrevistas em profundidade com jovens adultos, de 20 a 34 anos, de ambos os sexos, classes A e B segundo o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB). Cada entrevista consistia na exibição de quatro chamadas de diferentes programas – três que visassem o público escolhido como amostra, e uma que fugisse do foco de interesse dos entrevistados. Em seguida, foi aplicado um questionário com a intenção de compreender a percepção que tiveram a respeito das peças exibidas.

Não foi critério eliminatório na escolha da amostra o fato do entrevistado assistir muito ou pouco a televisão, por considerar que a Globo e as suas chamadas, mesmo para aqueles que não são assíduos da emissora carioca, são de conhecimento geral, e mesmo aqueles que não tem muito contato poderiam contribuir com a pesquisa, o que se confirmou durante as entrevistas.

A publicidade deve ser de fácil compreensão, e no caso das chamadas, quem assiste deve ser capaz de entender qualquer ponto do programa, independente de ser espectador assíduo ou não. Uma boa publicidade tem um *target* definido, mas não é excludente para quem está fora desse público determinado – novos consumidores podem estar em qualquer lugar.

No livro *Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*, Vera Aldrighi, fala sobre a importância da pesquisa de mercado na avaliação da eficiência de uma publicidade. Segundo Aldrighi, a pesquisa é essencial porque pode provar cientificamente que a publicidade funciona, e a partir daí entender os motivos dessa eficiência, desvendar os elementos que a tornam funcional, e replicá-los em outras campanhas e até mesmo prever a eficiência de peças de comunicação – exatamente as razões que motivaram a pesquisa desenvolvida neste trabalho. Por outro lado, a pesquisa permite também, através de um pré-teste, identificar ruídos que afetam a comunicação ou mesmo a existência de dissonância cognitiva, que podem gerar afastamento ou mesmo total bloqueio na assimilação da comunicação.

O trabalho se mostrou muito interessante porque, embora a Promoções busque todos os dias agradar os sentidos do telespectador, o ofício, com o tempo, acaba se tornando simplesmente uma mecânica, e o público, que, a princípio, deveria ser a preocupação primeira, acaba se tornando abstrato, e reduzido à índices e percentuais de *share*.

O *feedback* obtido nessa pesquisa chamou a atenção para elementos da chamada que passavam despercebidos e, ao mesmo tempo, realçou práticas positivas realizadas diariamente de forma inconsciente pelo Departamento de Promoções. Em qualquer trabalho é necessário ter consciência do que se produz, o porque de certas medidas serem adotadas. Por mais isso, esta pesquisa se mostrou muito importante.

Os capítulos deste trabalho foram se desenhando de acordo com as experiências de campo. As entrevistas determinaram o caminho, o que é mais do que natural, já que o **objetivo** deste estudo é realizar um diagnóstico de comunicação baseado no receptor, é simplesmente entender e aprofundar um pouco mais o conhecimento que se tem sobre como as chamadas promocionais afetam a audiência.

Para a sustentação teórica deste trabalho, utilizou-se conceitos de autores como Muniz Sodré, Raquel Paiva e Everardo Rocha, que teorizaram sobre as técnicas de comunicação na televisão e publicidade, temas que se relacionam diretamente com o objeto de estudo abordado neste trabalho. Para aprofundar os conceitos mais específicos, como identidade de marca e eficiência publicitária, foram usados os trabalhos de Alina Wheeler e Vera Aldrighi, respeitadas profissionais em suas áreas. Foram utilizadas também publicações acadêmicas sobre chamadas, publicadas por dois ex-funcionários da Divisão de Promoções – uma dissertação de mestrado, de Regina Almeida, e uma monografia, de Ruy Venício.

Quanto a metodologia utilizada neste trabalho, pode-se dizer que foram utilizados três modelos de pesquisa: a pesquisa exploratória, a pesquisa descritiva e a pesquisa bibliográfica, que juntos caracterizam esta monografia como um trabalho de análise técnico-empírica – uma pesquisa de campo.

Albenides Ramos descreve este tipo de monografia em *Metodologia da pesquisa científica* (2009) como “uma simples análise interpretativa de dados primários em torno de um tema como apoio bibliográfico ou um teste de hipóteses, modelos ou teorias, a partir de dados primários e secundários.”

Segundo Alcion Alves Silva, em *Prática clínica baseada em evidências na área da saúde*, a pesquisa exploratória é o início de um processo investigativo. Sua função é estabelecer objetivos e buscar mais informações sobre determinados assuntos. Uma de suas vantagens é a sua abordagem maleável, o que possibilita a abordagem de um situação sob diversos aspectos.

Silva diz que a pesquisa bibliográfica é um estudo desenvolvido utilizando material já elaborado, como livros, artigos científicos e outros tipos de publicação. Pode ser independente ou parte de uma pesquisa que envolva outros métodos de estudo. “Trata-se de um meio de formação por excelência, além de gerar novas perspectivas e hipóteses sobre determinado assunto” (SILVA, 2009, p. 25)

Ainda segundo Alcion Silva, a pesquisa descritiva tem como principal função descrever determinado fenômeno. Uma de suas principais características é a utilização de instrumentos específicos para a coleta de dados, como questionários, entrevista ou formulários – no caso deste trabalho, uma pesquisa em profundidade.

Com ela, o que se buscou foi entender um pouco da opinião que se tem em relação às chamadas, o que é e o que não é assimilado na mensagem, e as possíveis causas disso, para, assim, esboçar uma conclusão sobre a efetividade das chamadas, elucidando alguns elementos persuasivos que nelas estão contidos.

É bem verdade que o ato natural de ver uma chamada não foi reproduzido com inteira exatidão na pesquisa exploratória. Trata-se de uma situação de laboratório, onde os informantes tendem a se concentrar mais, focando a atenção no objeto de estudo com maior intensidade do que o fariam em uma situação normal. Mas é verdade também que isso não invalida os resultados, já que, de uma forma ou de outra, o indivíduo fala o que pensa, externa suas impressões, apenas de forma mais intensa.

É um problema enfrentado em toda pesquisa, já que, independente do grupo de controle, um experimento nunca será 100% verdadeiro, pois a pesquisa acaba influenciando, de alguma forma, a verificação que se busca.

Para minimizar possíveis ruídos, utilizou-se técnica projetiva, levando o indivíduo a emitir opinião mais geral do que individualizada, sabendo que, no fundo, ele estaria externando uma opinião que refletisse pensamentos que tinha em relação a si mesmo. A técnica consiste em fazer perguntas que livrem o entrevistado de eventuais constrangimentos, afastando-o do foco da pergunta em si, e levando o questionamento para o público em geral. Ao invés de perguntas diretas, as indagações pareciam buscar a opinião do informante sobre o que outra pessoa pensaria da chamada.

Quanto ao número de entrevistas, juntamente com minha orientadora, foi definido que vinte entrevistas seria o necessário para alcançar um bom resultado na pesquisa, um número suficiente para que a redundância das respostas pudesse desmascarar possíveis ruídos da pesquisa.

2. A CHAMADA

A chamada promocional é uma mídia criada visando promover os programas transmitidos por determinada emissora. Na Rede Globo, quase todas são produzidas pelo Departamento de Promoções, braço da Central Globo de Programação (CGPG).

É uma equipe com cerca de 50 pessoas, dentre elas redatores, editores, diretores, gerentes, sonoplastas, videografistas, produtores, assistentes e estagiários. A Promoções é responsável pela maioria das chamadas da grade da Rede Globo. Funciona como uma agência de publicidade ou produtora de vídeo, sendo os clientes os programas da emissora. Seu diretor é Getúlio Fonseca. A estrutura do departamento é dividida em duas partes, uma responsável pela redação, e outra pela edição. Desse modo, há dois gerentes – Chico Leão, gerente de redação, e Ivan Ferreira, gerente de operações.

A mecânica de produção de uma chamada depende de características próprias de cada um dos programas. A principal diferença entre os processos de produção está na obtenção da matéria prima da comunicação - o programa em si. Esta é a principal incumbência dos assistentes de promoções que trabalham na redação – obter o programa, seja ele bruto, em partes ou já finalizado, para que juntamente com os redatores, comecem a desenvolver as chamadas.

No caso dos filmes, a obtenção da matéria prima é facilitada, pois, uma vez definidos os filmes da grade, a Promoções recebe cópias dos filmes, fornecidas pela Divisão de Cinema, e a equipe de redação dá início à montagem das chamadas.

Sendo um programa jornalístico, como o Fantástico, Globo Repórter etc. os assistentes entram em contato com as redações dos programas, a fim de conseguir a pauta dos programas e trechos de suas reportagens. Já está na rotina desses programas que seus apresentadores gravem textos específicos para as chamadas, apresentando o conteúdo do programa – uma forma de descansar o telespectador da voz padrão da Globo.

Para eventos esportivos, recorre-se ao banco de imagens da emissora. No caso do Futebol, há um servidor que armazena temporariamente todos os jogos veiculados pelos canais pertencentes ao grupo, incluindo a Globosat. Cabe ao assistente gravar em uma fita - chamada no dia-a-dia de “Matrizão” - imagens que julgue úteis a chamada, e fornecê-la ao editor. Especialmente para os jogos de futebol, os locutores responsáveis por narrar cada jogo usualmente gravam frases para promover o jogo, assim como os apresentadores dos programas jornalísticos.

No caso da Fórmula 1 e Stock Car o processo é semelhante ao Futebol, com um cuidado extra para os diferentes circuitos. Para as corridas em pistas mais marcantes, recorre-se a imagens de provas do ano anterior, para que fique caracterizado o local do Grand Prix. Já para eventos menos constantes na grade de programação, como provas de atletismo, ou esportes aquáticos, recorremos ao arquivo de imagens da emissora, que armazena em discos do tipo XDCAM os eventos já transmitidos na Globo.

Os produtos mais complicados de se conseguir o material são os produzidos no PROJAC, como toda a linha de dramaturgia e os programas de auditório. O processo muitas vezes é caótico, atrasa e sofre mudanças. A nova temporada de Malhação, por exemplo, teve seu enredo completamente reformulado devido ao pífio desempenho de audiência obtido pela tradicional “novelinha” - como é chamada. Com isso, muitos capítulos foram descartados, reescritos e regravados - uma quebra de planejamento que não é facilmente recuperada, e tem reflexos em várias setores da emissora.

No caso da produção de chamadas, imprevistos como esse nem sempre permitem que se tenha o programa fechado para desenvolver a chamada. Quando isso não acontece, as chamadas são feitas por *script*, que nada mais é do que o roteiro do programa, contendo as falas das personagens e o desenrolar da história.

Depois que o assistente consegue a matéria-prima da chamada – seja o *script* ou o programa já editado – o redator precisa ter o *feeling* publicitário para decidir qual abordagem fará do capítulo, escolher as melhores cenas do programa, as histórias capazes de atrair a maior audiência.

O redator de chamadas é um profissional que precisa ser sensível o suficiente para saber o que a pessoa que está em casa quer ver. Ele deve criar no espectador a curiosidade de saber o desfecho do que foi contado na chamada.

Esse é o princípio desse tipo de mídia, despertar a curiosidade da audiência da chamada, seja através de um conflito na novela, de convidados famosos do programa de auditório, ou de bonitos lances dos times que em breve irão disputar um importante jogo.

A ideia concebida pelo redator passa pela aprovação do Gerente de Redação e Diretor da Promoções. Quando aprovada, vai para edição. Lá, a chamada é editada, sonorizada e recebe os efeitos visuais. Depois de editada e aprovada pelo Gerente de Operações, a chamada é

exibida para o Diretor de Promoções e toda a equipe de Redação. Havendo algum problema de conteúdo ou técnico, ela volta para a etapa em que ocorreu a falha e é corrigida.

A chamada é uma mídia que tem duração média de 30 segundos, podendo variar de 15 segundos a 1 minuto, aproximadamente. Por se tratar de uma peça promocional, os redatores e editores devem escolher para compor a chamada temáticas e cenas que despertem na audiência sensações, qualquer sentimento que comprometa o espectador com a programa anunciado, para, por tanto, alavancar a audiência da emissora.

Regina Varella de Almeida publicou em sua dissertação de mestrado algumas entrevistas com profissionais importantes dentro da Rede Globo, dentre eles, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, conhecido com Boni. Ele descreveu a função das chamadas da seguinte forma:

A chamada de programação é uma forma de você estabelecer uma convivência entre o espectador e a emissora de televisão. A chamada é um elemento para estabelecer essa convivência. Ela tem a função que tem a propaganda de vender o produto que você quer que o espectador consuma. Você usa a chamada de uma maneira como você usa a propaganda, com *teasers*, despertando a curiosidade do público e depois mantendo o público informado. A chamada é, sem dúvida nenhuma, além de um veículo promocional, um veículo de contato permanente que você, através da chamada, mantém a vida do espectador integrada com a vida da televisão.(ALMEIDA, 2006, p.53)

Como concluiu a própria Regina Almeida “chamada é o comercial de um produto, e no nosso caso, esse produto é um programa de televisão” (ALMEIDA, 2006, p.53). E sobre a função delas, diz que “O objetivo dessa prática, ou seja, de fazer a chamada e a mídia de chamadas, sempre foi, claramente, aumentar, potencializar a audiência da Rede Globo” (ALMEIDA, 2006, p. 51). Como afirmam Sodré e Paiva em *O império do grotesco*, “buscando popularizar-se, a televisão, assim como havia acontecido com o rádio, acaba caindo por inteiro nas malhas do comércio e da publicidade”. (SODRÉ; PAIVA, 2002, p.110)

Mesmo depois da pesquisa, não se pode afirmar que os telespectadores pensem dessa forma, pois não foi possível apurar – por não se tratar de um dos objetivos do trabalho – se consideram uma chamada promocional tão comercial quanto uma peça encomendada a uma agência publicitária. No entanto, alguns dos entrevistados, durante as entrevistas, trocaram a palavra “chamada” pelo termo *comercial*. Felipe, por exemplo, disse que “*a importância do comercial é muito grande, para as pessoas saberem o que vai rolar*”.

Em última análise, a chamada promocional é o instrumento utilizado pela emissora para valorizar os espaço que destina à venda no mercado publicitário. É tão importante que a

Globo, por exemplo, destina em média um minuto de cada um de seus intervalos comerciais à mídia de chamadas, espaço que poderia ser vendido no mercado publicitário por pequenas fortunas. O motivo é bem simples: acredita-se que a chamada tenha função importante na manutenção do *break* comercial da Globo como a vitrine mais eficiente e valiosa do Brasil.

Um anunciante precisa pagar caro pela vantagem de anunciar na Globo e expor seu produto para a maior audiência do mercado. A Globo tem o trunfo de não precisar pagar nada – apenas opta por não vender o espaço – para promover sua programação. Nesse contexto, a chamada é um instrumento de manutenção de valor do *break* comercial e prestígio da programação, fatores de influência econômica para a emissora, que contribuem para a manutenção da hegemonia da Globo no cenário nacional.

A Globo possui em relação a suas concorrentes uma vantagem promocional muito acentuada, pois tem a possibilidade de promover sua programação para a maior audiência do Brasil. Ao anunciar sua programação para um grande número de espectadores, as chamadas buscam despertar na audiência sensações e emoções que tragam como resultado o comprometimento do telespectador com o programa, criando assim um real compromisso no dia a dia do indivíduo.

3 - IDENTIDADE

A identidade é a expressão verbal e visual de uma marca [...] É expressa por si mesma em cada ponto de contato da marca e se torna intrínseca para a cultura de uma empresa – uma lembrança constante de seus valores fundamentais e de sua tradição. (WHEELER, 2008, p.14)

A identidade é parte da marca, e tem o papel claro de reforçar a comunicação. Possui a capacidade de aumentar a conscientização geral sobre esse símbolo, ajudando na construção de grandes empresas. Identidades bem construídas são memoráveis, significativas, agregam valor à marca.

Tamanha importância se dá porque viabilizam o rápido e fácil reconhecimento da marca, tornando qualquer comunicação mais eficiente. A assimilação dos símbolos que compõem o idioleto das comunicações de determinado grupo só é possível através de repetidas exposições, um esforço que nem sempre pode ser feito num curto prazo. Para firmar a imagem de uma marca no inconsciente do mercado, se fazem necessários grandes e prolongados esforços, tanto de planejamento comunicacional quanto financeiro.

3.1- O padrão Globo de chamadas

Com a Globo não é diferente. Trata-se de uma marca, uma grande grife, e seu catálogo de produtos corresponde a sua grade de programação. Para ser vendida, ela precisa ser anunciada. Grandes empresas mantêm por anos a fio suas identidades visuais, realizando modificações graduais, para que o consumidor continue a reconhecer facilmente qualquer traço de sua personalidade. Do mesmo modo, as chamadas de programação da Globo mantêm um padrão visual e sonoro que, mais do que consolidado no imaginário coletivo, facilita o entendimento geral da mensagem desejada.

Todas as chamadas se iniciam com um grafismo contendo a logo do programa, acompanhado de sua música padrão e leitura do nome do conteúdo, feita pelo locutor Dirceu Rabello, a “voz da Globo”. Esse seria o grito inicial, um alerta de que a chamada de tal programa vai começar. Depois disso, a comunicação se desenvolve com as particularidades de cada um dos programas, para, em seguida, se encerrar com elementos semelhantes aos que abriram a peça – o grafismo com a logo, e identificação sonora do programa.

Se for um conteúdo de dramaturgia, a comunicação contará através de cenas da novela, uma parte da história do capítulo correspondente à chamada; se for um jogo de futebol, mostrará lances bonitos de jogos anteriores dos clubes envolvidos, com o narrador esportivo enaltecendo o jogo em questão; se for um programa de auditório, como a TV Xuxa, Caldeirão do Huck e Altas Horas, serão anunciadas as atrações do programa, sempre com a ajuda dos respectivos apresentadores; se for jornalístico, os apresentadores do programa falarão sobre as matérias que irão compor o noticiário. Em todos os casos, o locutor Dirceu Rabello está presente, ajudando na construção da narrativa.

As chamadas da grade precisam ser diferentes entre si, pois seus programas não podem se confundir. Isso deve ser feito respeitando a identidade desenvolvida pela emissora - por isso há elementos que sempre se repetem. Além das sistemáticas aberturas e encerramentos, com logo, voz e música dos programas, a forma de edição, os grafismos falando sobre horário e dia de exibição, a voz do locutor e a própria forma de narrativa e temáticas desenvolvidas marcam e caracterizam as chamadas como mensagens da Globo.

São elementos que compõem a identidade das chamadas, um formato que está consolidado na cabeça do público. E esse conhecimento prévio que o público tem sobre a chamada se transforma em um instrumento de identificação – e, por vezes, um artifício de persuasão - muito usado por quem pensa as chamadas.

A chamada quer despertar sensações e emoções na audiência televisiva, através do uso de cenas, de pequenos pedaços de programas que ao serem escolhidos para estarem ali, produzam uma identificação com os telespectadores através da sua memória emocional [...] É necessário que ela crie uma identificação com o telespectador através do uso de imagens, ou situações que, de alguma forma, já foram vivenciadas ou conhecidas por ele. (ALMEIDA, 2006, p. 54)

Mesmo para aqueles que dizem pouco assistir TV, essa identidade da chamada de programação usada pela Globo é reconhecida. Antes de iniciar a pesquisa, era esperado que essa padronização pudesse gerar algum incômodo nas pessoas, e que fossem tecidas críticas a ela. No entanto, foi constatado que, na verdade, o público já está tão familiarizado com o formato que não chega a se incomodar com as chamadas, mesmo não tendo gostado ou sido impactados por elas.

Esse foi o caso do engenheiro aeronáutico, de 23 anos. Na parte da entrevista sobre a chamada do Altas Horas, programa o qual o entrevistado não tem o hábito de assistir, quando perguntado se em algum momento havia se sentido incomodado com a chamada, ele

respondeu que “*Elas normalmente são familiares, de alguma maneira te conforta, não agride*”. Rafael, de 23 anos, endossou o que o engenheiro disse ao declarar que “*acostumado, o senso crítico nem liga*”, se referindo a elementos que, em outro contexto, poderiam causar desconforto.

É de se destacar que em muito poucas ocasiões os entrevistados declararam algum incômodo com o conteúdo das chamadas, o que é muito bom para a emissora carioca, já que a cada *break* são exibidas, normalmente, duas chamadas, nas duas extremidades dos intervalos de programação – início e fim. Seria preocupante se as chamadas causassem afastamento da audiência, já que, independente do programa promovido, elas possuem muitos elementos em comum, como o tipo de linguagem, estilo de edição, estética dos efeitos visuais, tipo de narrativa desenvolvida – contém a mesma identidade.

Nos casos de entrevistados expostos à chamadas de programas que assistiam com frequência, conteúdos que realmente estavam na rotina dos entrevistados, a constatação feita por Regina Almeida foi ainda mais clara e fácil:

O comercial é uma coisa de interesse pra mim, que nem o jogo do meu time. Se eu ouço aquela musiquinha de futebol, e eu ouço que vai ter um jogo, e se eu sei que é do meu time, eu já vejo aquilo com outros olhos. Você vê aquele gol e pensa “Eu estava lá!”, “eu vi o gol!”, “eu apostei um chope”. Tem uma ligação mais sentimental comigo, entendeu? (Entrevista concedida por Isabella em setembro de 2011)

Fica claro, então, que essa identificação emocional com o programa facilita e muito na assimilação da mensagem publicitária. E Muniz Sodré, em “*A comunicação do grotesco*”, atribui essa identificação da audiência à características intrínsecas da mídia audiovisual:

O que acontece com os veículos audiovisuais (e aí estão juntos o rádio e a televisão) é que favorecem, mais do que os veículos escritos, os processos de projeção (o receptor desloca as suas pulsões para os personagens do vídeo), identificação (o receptor torna-se inconscientemente idêntico a um personagem no qual vê qualidades que gostaria ou julga que lhe pertencam) e empatia (conhecimento que o receptor tem do comunicador, colocando-se mentalmente em seu lugar). (SODRÉ, 1983, p. 60)

As chamadas são compostas por partes dos programas, partes essas que são escolhidas a dedo, com a intenção de despertar sensações e emoções que comprometam a audiência com a grade de programação. Os sentimentos relatados por Isabella e explicados por Muniz Sodré só são possíveis porque, de alguma forma, a entrevistada já tinha algum conhecimento prévio do que ela estava vendo, e, mais do que isso, ela possuía certo laço de afetividade com o programa.

Quanto maior for a identificação do espectador com o programa anunciado, maior será a eficácia das chamadas.

O *break* comercial é um espaço de grande concorrência entre as diversas comunicações. É preciso aproveitar toda e qualquer vantagem de assimilação que se tenha às mãos. E essa vantagem, a da familiaridade, não é um *handicap* natural, mas sim construído pela própria emissora carioca.

Como já foi dito, a assimilação das identidades de marca não vem por acaso, elas são conquistadas através de muita repetição. E a audiência também acaba percebendo isso. Felipe Luís, de 25 anos, fala sobre o assunto que:

Acho que é um padrão que já entrou por osmose no cérebro das pessoas. Isso até a certo ponto é bom, é cultura de massa. As vezes você não pode jogar uma coisa muito sofisticada, porque o espectador não vai perceber. Por ser uma chamada comum, a chance de você atingir um número grande de pessoas é maior. Apesar de ser quadrada, é eficiente com a maioria. (Entrevista concedida por Felipe Luís, em setembro de 2011)

Os comentários do entrevistado são endossadas por Muniz Sodré, que explica o conteúdo do discurso de Felipe em *A comunicação do grotesco*, quando diz que “Quanto mais os signos da mensagem forem familiares ao público, por já constarem de seu repertório, maior será o grau de comunicação” (SODRÉ, 1983, pág. 63).

O livro *Tudo o que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*, escrito por vários profissionais do campo da publicidade, trás em seu capítulo sobre Eficiência Publicitária algumas informações que endossam a importância da afetividade pelo conteúdo e a relevância de se ter familiaridade com os signos usados na mensagem.

Vera Aldrighi fala sobre dois modelos teóricos de processos de persuasão na publicidade, e identifiquei grande semelhança entre um deles e as verificações que obtive na pesquisa exploratória. O modelo especula sobre uma “predisposição psicológica geral em relação a um objeto” de um indivíduo.

Essas predisposições são divididas em três categorias. A primeira delas, chamada de *dimensão cognitiva*, diz respeito a “conhecimentos, crenças, convicções, informações [...] todo um conjunto de elementos conscientes que um indivíduo adquire, através de aprendizado, sobre determinado objeto”.

A segunda categoria é a *dimensão afetiva*, que “se relaciona com toda a sorte de sentimentos que esse determinado objeto desperta no indivíduo”, e a terceira é a *conativa*, “ligada à predisposição que o indivíduo tem para agir em relação a um objeto [...] por necessidade ou condicionamento”.

As três dimensões sintetizam exatamente o que foi possível perceber através das pesquisas, no que diz respeito à importância do conhecimento prévio dos signos de uma mensagem, da afetividade que se tem pelo produto em promoção, e do hábito estruturado de assistir um determinado programa. Os conceitos de Muniz Sodré e Vera Aldrighi estão em consonância com a prática realizada pela Divisão de Promoções. Mais importante do que isso, as opiniões extraídas da pesquisa qualitativa endossam os conceitos propostos.

É interessante, sim, para a Globo manter certos padrões que propiciam o rápido entendimento de suas comunicações, que, como foi dito, são veiculadas num espaço tão turbulento e competitivo. Assim ela firma na cabeça da audiência a sua identidade de marca, e consegue uma vantagem comunicacional que pode ser importante na guerra por pontos do IBOPE.

E ao falar sobre identidade de marca, sobre os signos que se repetem nas chamadas de programação, o assunto não se restringe aos símbolos visuais que compõem a chamada. Além dos elementos de vídeo, a sonorização das chamadas é muito importante na mensagem promocional, tendo uma importância diferente da comunicação visual, mas de grande valia.

3.2 - Identidade sonora das chamadas

Para falar sobre a importância da sonorização das chamadas, há uma analogia perfeita que me ocorreu enquanto lia o livro *Design de identidade da marca*, de Alina Wheeler (2008). No capítulo que fala sobre o crescimento do valor dos sons na construção da identidade de uma marca, a autora fala sobre a “revolução do *ringtone*”, pela qual estaríamos passando agora.

Ela consiste no ato de as pessoas programarem seus celulares para tocarem diferentes sons, de forma a avisar quem está ligando. Você atribui uma música, uma marca, para determinados contatos – os que merecem – da sua agenda telefônica do celular. É importante dizer que essa escolha dificilmente é feita sem critérios – a música é associada a determinada pessoa por algum motivo, e a partir dessa escolha, a música será a identidade sonora do contato na cabeça de quem fez a escolha.

As informações básicas de uma chamada sempre serão faladas na peça. A parte visual muitas vezes é apenas complementar. Isso porque intervalo comercial é um período de distração, no qual a audiência nem sempre está completamente focada na mídia TV – se é que em algum momento a atenção do espectador está 100% voltada para ela. É a parte do programa em que é concedida ao indivíduo licença para se dispersar. E nesse momento a sonorização muitas vezes é o frágil laço que liga o público às mensagens que a emissora tenta passar nos intervalos comerciais.

E é aí que se estabelece a ligação entre a “revolução do *ringtone*” com a sonorização das chamadas, que funciona como um alerta na comunicação. O telespectador, durante o intervalo comercial, mesmo que disperso, reconhece a marca sonora dos programas com os quais está habituado, como revela Thays: “*A musiquinha é marcante, eu sei que vai falar de futebol já na abertura da chamada.*” Isabella complementa, dizendo que gosta “*de começar e terminar a chamada com a logo e a musica da novela. É capricho mesmo, pra situar a pessoa mesmo – a novela é essa, vamos falar da novela*”.

A repetição de uma música, chave nas vinhetas de abertura e encerramento, além de ser um cartão de visita em áudio, serve também para chamar o telespectador de volta a poltrona nos seus passeios durante os intervalos comerciais. (ALMEIDA, 2006, p. 43)

Acontece que não é apenas capricho, como disse Isabella, mas sim um recurso persuasivo, como disse Regina Almeida, e comprovado na pesquisa realizada. Almeida se referiu a importância do áudio marcante quando um programa está voltando dos *breaks* comerciais, mas foi possível constatar que a importância do som se dá, pelo mesmo motivo, não apenas para o programa avisar que está voltando do intervalo, mas também para as chamadas durante o comercial, para avisar que está começando a chamada de determinado programa.

Foi corriqueiro durante as entrevistas citações sobre a trilha musical, ou sobre a voz marcante e reconhecida do locutor na abertura da chamada. Esses elementos se configuraram como essenciais no despertar da atenção do espectador.

Em relação a voz padrão que fala nas chamadas, a do locutor Dirceu Rabello, Luiz Felipe, um dos informantes da pesquisa, foi esclarecedor:

Eu acho o narrador falando legal. Já é uma característica marcante da Globo, a voz dele. Ele deve falar em todas as chamadas. A voz dele já é uma **identidade** – chamada da Globo tem a voz dele. Isso é bom porque sem ele ficaria estranho. Se não tivesse ele narrando o que aconteceu, acho que

ficaria vazio, meio que com um buraco. (Entrevista concedida em outubro de 2011)

Na pesquisa em profundidade de Luiz Felipe, mesmo antes de mostrar as chamadas usadas nos testes, o entrevistado foi muito enfático em relação a sonorização das camadas. Quando lhe foi pedido que falasse sobre chamadas que viessem a cabeça dele espontaneamente, se recordou das “*da Grande Família, lembro da música do Dudu Nobre [...] lembro também das chamadas do Jornal Nacional, Globo Esporte e RJTV, principalmente das musiquinhas*”.

Felipe tem 24 anos e não assiste muito televisão ou, por tanto, chamadas, mas em determinado ponto de sua entrevista falou algo muito interessante sobre a solução sonora das chamadas, o que confirma exatamente o que Regina Almeida disse sobre a música como elemento persuasivo do programa:

O som é um sentido que você não precisa estar presente pra poder perceber. As vezes eu posso estar em um outro canto da casa, mas vou ouvir e saber o que é. É uma forma de identificar e passar a sensação da coisa. Só de ouvir o trequinho da vinheta do futebol, já desperta uma sensação em você. É agradável. Você pode nem saber qual é o jogo, mas te desperta um interesse. Se eu escuto a vinheta do futebol, e eu estou interessado, a vinheta me alerta. Eu acho que, no meu caso, que não vejo muito televisão, é o que mais chama a atenção [...] É um recurso que realmente é válido. Funciona como uma real chamada, uma campanha pra você prestar atenção no que eles querem falar. (Entrevista concedida por Felipe em setembro de 2011)

Marcella, que assiste a novela Fina Estampa de três a cinco vezes por semana, endossou o que disse Felipe quando revelou que “*quando escuto que vai ser a chamada da Fina Estampa, eu me ligo pra saber o que vai acontecer*”, referindo-se à abertura da chamada, composta pela logo da novela, sua assinatura musical e seu título falado pelo locutor.

Mas do mesmo modo que as vinhetas musicais servem para ligar o telespectador na informação, no caso de uma marca que esteja no filtro de interesses do indivíduo, a sonorização pode fazer com que a chamada passe completamente despercebida pelo indivíduo, como disse Rafael: “*Se ouço a musiquinha do Mais Você, eu não presto atenção no resto da chamada, pois não é um programa do meu interesse.*”

Através da pesquisa qualitativa, foi possível notar também outra importante função dos sons presentes nas chamadas. Além de despertar a atenção do espectador e avisar qual programa a chamada irá anunciar, a sonorização fala muito sobre o clima do show em questão.

Marcella não é espectadora assídua do Altas Horas, muito por causa do horário em que é veiculado. Segundo ela, pouco assiste o programa de Serginho Groisman, e quando o faz não

é pela Globo, mas sim pelo Multi Show, que exhibe reprises. Sobre a chamada, quando perguntada se achava que a audiência gostaria de ver a chamada, respondeu que *“Ela é animada, não é? Tem o estilo do programa, que é animado, com uma musiquinha agitadinha de fundo, todo mundo rindo, com expressão de estar lá se divertindo. Eu acho isso legal.”*

Tal afirmação faz lembrar novamente da “revolução dos *ringtones*”, descrita no por Alina Wheeler (2008). A música da chamada não está ali a toa, quem a escolheu teve um bom motivo para fazê-lo. E quem fez a escolha é um profissional especialista no assunto, é um sonoplasta. Muitas vezes esse funcionário não apenas faz a escolha da música, como também a compõe, como foi o caso da trilha de lançamento da novela Fina Estampa, um sambinha cuja letra falava sobre personagens, substituindo o tradicional texto das chamadas.

Luiz Felipe, um dos informantes, ajuda a entender a importância da sonorização durante as chamadas, dizendo que *“a música conversa com o que eles estão mostrando de imagens. O cara tá capotando, e eles colocam uma música tensa. Tudo ajuda a compor um clima pra que você fique interessado em ver”*.

Assim como escolhemos *ringtones* exclusivos para cada um de nossos contatos por vermos conexões entre a canção e a pessoa em questão, a sonorização das chamadas é feita visando propiciar algum benefício ao programa e à chamada em si. Funciona como mais um elemento que ajuda o telespectador, seja facilitando o entendimento da mensagem ou potencializando a capacidade da chamada de fazer a audiência imergir no conteúdo.

Os entrevistados, em sua maioria, gostam da sonorização das chamadas. Muitas vezes eles nem percebem, mas ela tem grande papel persuasivo, pois ajuda no despertar da curiosidade da audiência e funciona realmente como um sinalizador, uma marca da chamada, o que justifica o posicionamento das vinhetas no início e final das promoções. A pessoa escuta a música e já identifica de qual programa é a chamada, o que pode servir para ligar ou desligar a atenção do espectador, além das trilhas que ditam, juntamente com as imagens, o clima e o ritmo da chamada.

4 – CHAMANDO DIFERENTE

4.1 – A importância do diferencial

Como sabido, a quantidade de diferentes informações a que somos expostos diariamente é enorme. Em casa, na rua ou em qualquer lugar, o número de mensagens publicitárias enviadas até nós é cada vez maior. É impossível reter todas as informações que nos são mostradas. Não é um defeito nosso, mas sim um mecanismo de manutenção da sanidade mental do homem pós-moderno.

Infelizmente para publicitários e anunciantes, isso se torna um grande problema: em um universo informacional tão poluído e competitivo, como conseguir despertar a atenção do consumidor para aqueles 30 segundos de um filme que você comprou por uma pequena fortuna, ou fazer com que ele pare os olhos por sequer um instante na página de revista que você planejou tanto antes de publicar?

Para melhor explicar o que quero dizer, se faz necessário antes recorrer a um conceito da psicologia. Nela, o significado de sensação é a codificação de estímulos externos em sinais neurais. O ato de selecionar, organizar e interpretar nossas sensações é um processo denominado percepção.

Ainda na psicologia, “limiar absoluto” é a estimulação mínima necessária para que consigamos perceber algum estímulo, é a menor energia capaz de nos despertar uma sensação. Dentro de uma sala completamente silenciosa e escura, podemos perceber com mais facilidade os mais baixos ruídos, ou luzes de pouquíssima intensidade, estímulos que não seriam notados em circunstâncias mais conturbadas, que não essa situação que poderíamos chamar de ideal.

Para a publicidade, o conceito da psicologia também se aplica. Qual é o limiar absoluto quando o assunto são as mensagens publicitárias? O que uma comunicação precisa ter para chamar a atenção do seu *target*? O ambiente não é nada tranquilo, pois recebemos milhares de estímulos, que nos confundem e mascaram mensagens que poderiam, de fato, nos interessar.

No universo das chamadas de programação, veiculadas em meio a diversos anúncios - sejam eles outras chamadas de programação ou filmes do mercado - a competição pela atenção do espectador é muito grande, e fazer com que audiência assimile a mensagem desejada pode ser muito complicado.

Dentro do conceito de percepção, a sensação – resposta direta e imediata dos órgãos a um estímulo básico – se dá no diferencial. As pessoas só reparam no que se distingue do geral, o restante tem grandes chances de passar despercebido. O clichê – não a identidade – das chamadas *Globais* tem um problema nesse ponto. É preciso inovar sempre.

Carolina, de vinte e quatro anos, expressou um certo descontentamento com a linguagem, muitas vezes pouco original empregada nas chamadas de futebol – mesmo sendo a peça em questão um pouco mais trabalhada do que as que normalmente são feitas para a promoção dos jogos veiculados na emissora carioca. Quando perguntada se acreditava que a chamada tinha o potencial de fazer a audiência se interessar pelo programa, a resposta foi positiva, mas com uma ressalva interessante:

Essa daí eu lembro, é mais marcante. Acho que sim, ela é convidativa [...] acho que as pessoas se interessariam. Claro que nem todo mundo, porque é tão comum a gente ouvir. É a mesma chamada pelo menos duas vezes por semana, não é? Então você meio que já conhece. É sempre um grande duelo, um super-jogo, decisivo, uma batalha, grandes times. Mas meio que não tem o que falar, e o público principal são os torcedores, e não a mim, mulher, então acaba entrando por um ouvido e saindo pelo outro, eu meio que não ligo. (Entrevista concedida por Carolina em outubro de 2011)

É interessante notar que Carolina reconheceu a chamada - já tinha visto no ar - o que caracteriza a comunicação como mais marcante. No entanto, a entrevistada criticou a linguagem repetitiva usada nas chamadas de futebol, o que, em conjunto com a pouca afeição que tem pelo esporte, acaba resultando no desinteresse e baixa retenção das informações da peça – “*acaba entrando por um ouvido e saindo pelo outro, eu meio que não ligo.*”

Thays, que só assiste futebol em época de Copa do Mundo, fez o mesmo tipo de crítica à chamada, mas a reação final foi diferente, pois se mostrou surpresa e interessada pelo jogo promovido:

Fiquei com vontade de assistir. Tá muito boa a chamada. É animada! Mesmo tendo os bordões de sempre, como “Agitar a telinha da Globo”, ficou bom, porque parece que tá muito animado. Não é a “turminha do barulho que vai aprontar altas confusões”. O grito da torcida “Ah, é Ronaldinho!” ficou muito irado. Fiquei com vontade de ver. (Entrevista dada por Thays em setembro de 2011)

As chamadas diferentes, mais elaboradas, são importantes na atração do espectador não usual, aquele que não se importa muito com o programa, mas que se rende a ele caso prometam que será muito bom, que merecerá a atenção dele. E o diferencial nem sempre precisa ser uma

forma de edição inovadora ou uma linguagem repaginada. Na maioria das vezes o elemento que mais vai chamar a atenção do espectador é, na verdade o conteúdo do programa.

A chamada de Fina Estampa usada como teste foi unânime dentre os entrevistados – todos, mesmo os que não acompanham a novela, concordaram que tratava-se de uma chamada com alta capacidade de potencialização de audiência. Tecnicamente, a chamada não tinha nenhum elemento inovador – a edição foi a usual, a sonorização idem. O motivo do sucesso dela é bem simples – ela promoveu um capítulo muito bom. É como disse Carolina: *“As pessoas querem saber o que aconteceu na novela. Quanto mais suspense melhor. As vezes não tem nada de diferente na novela pra chamar, é até meio chato, porque a novela fica parada.”*

O diferencial ajuda, pois a mesmice das chamadas, como a de qualquer publicidade, tem muito mais chances de não ser eficiente. Mas, como já disse, a função básica da chamada nem sempre é ganhar espectadores, mas sim lembrar o público de determinado programa que ele existe, que vai ao ar no dia X, no horário Y, e, depois disso, mostrar na chamada que, dessa vez, o espetáculo vai ser melhor do que nunca.

Rafael, quando perguntado se interessou-se mais pelo jogo de futebol promovido após a chamada respondeu que *“Eu já ia assistir de qualquer jeito. Pra mim, serviu pra lembrar que vai ter o jogo”*. O diferencial não é fator determinante se o telespectador já está fidelizado, ou se o espectador tem repulsa pelo programa.

Quem não gosta de futebol, independente do jogo, vai preferir assistir outras coisas que lhe interessem mais. Mas quem gosta de futebol, acho que sim, independente dos times. No caso do futebol, a chamada não precisa ser espetacular, o papel dela é informar, o evento por si só já vai criar o interesse. (Entrevista concedida por Marcella, em outubro de 2011)

Enquanto no caso do Clássico Vasco x Flamengo há quem ache que o espetáculo por si só é atrativo o suficiente no processo de conquista da audiência, o mesmo não foi reparado nos casos do Altas Horas e Fina Estampa. No primeiro, por se tratar de um programa de auditório e com convidados que variam de programa pra programa, a chamada se faz indispensável, pois o espectador precisa saber o que ele vai ver no programa de entrevistas.

Quando é um programa desse tipo, de entrevistas e convidados, você se interessa muito mais pelos convidados. São os convidados que vão encaminhar o programa. O Serginho tem aquele jeito dele, mas o programa sempre muda. O convidado muda, e as perguntas são feitas pela galera. No programa dele, a importância do **comercial** é muito grande, para as pessoas saberem o que vai rolar por lá. (Entrevista concedida por Felipe, em setembro de 2011)

No caso da novela, o papel da chamada é instigar o espectador, entregando parte do que acontecerá no capítulo, e guardar o clímax da trama para a novela. A partir da chamada, o telespectador pode ter uma ideia da temperatura do capítulo, sendo atraído mais ou menos para o programa.

Essa chamada chama atenção porque mostra uma coisa que a gente estava esperando pra acontecer desde o início da novela. E aí eu quero ver a repercussão que isso vai ter no restante do programa. É um marco, e eu quero ver como isso vai alterar a história. (Entrevista concedida por Renata, em setembro de 2011)

A chamada pode ser incrível, mas se o programa não for do gosto do indivíduo dificilmente a comunicação será efetiva, já que que a chamada é apenas um reflexo do programa. Esse juízo de valor - o apego que o espectador tem pelo programa - vai comprometer ou beneficiar diretamente o modo como a chamada é percebida. O receptor tem um conhecimento prévio sobre o programa, sabe que nada é inteiramente novo na televisão. Mesmo que ele não saiba bem o que quer, sabe com mais precisão o que não quer ver.

Chamadas são publicidades que anunciam produtos que já tem um diferencial em si – o próprio programa. A partir daí, é preciso definir como transformar a chamada em uma comunicação ainda mais atraente, o que dentro do programa pode tornar a chamada ainda mais eficiente, e a grade da Globo ainda mais interessante. O diferencial pode tanto ser falar sobre o clímax do programa, como a maneira com que ele é exibido. Sendo assim, o diferencial de uma chamada está, no mínimo, nessas duas situações.

4.2 - Atenção seletiva

Dentre os milhares de estímulos que recebemos diariamente, é mais provável que retenhamos apenas partes dos que nos interessam de alguma forma. Estando com fome, ficaremos mais suscetíveis à imagens relacionadas a comida. Se procurando apartamentos para comprar ou alugar, ficaremos mais atentos aos *banners* distribuídos nas ruas, assim como prestaremos mais atenção em conversas relacionadas ao mercado imobiliário do que em discussões sobre a política nacional. Esse processo nem sempre é consciente, funciona de forma automática. Ele se chama atenção seletiva, e consiste em um observador não observar a integralidade de uma cena, mas de maneira prioritária as partes mais importantes do contexto.

Esse conceito foi percebido durante as entrevistas. Ficou evidente que as chamadas de programas do interesse dos entrevistados tiveram um nível maior de retenção de informações - embora precise ser lembrado que foi criada uma situação de laboratório, o que não invalida os resultados, mas torna os comentários mais intensos.

Os entrevistados que se disseram espectadores assíduos de Fina Estampa, por exemplo, conseguiram descrever em detalhes e em ordem cronológica a chamada da novela, como foi o caso de uma arquiteta entrevistada:

Lembro da musica de abertura... E eu lembro do barraco, a Grizelda empurrando o filho, a Torloni gritando com todos, a Patrícia brigando com o Antenor. Depois o locutor fala do acidente, eles mostram o acidente, a Grizelda fica preocupada com o filho, e a musiquinha do final. (Entrevista concedida pela arquiteta, em setembro de 2011)

O mesmo aconteceu com a chamada de futebol. Isabella, que acompanha futebol “*sempre que possível*”, descreveu elementos que passaram despercebidos por muitos dos entrevistados.

Lembro da musica mais roqueira, da batida forte animadinha do início, com o logo do Brasileirão da Globo, do futebol 2011 que eles mostram. Aí começam os flashes de jogadas dos principais jogadores, os três locutores falando, o locutor do jogo chamando pra partida, falando como cada time é bom, o que eles tem de bom, como vai ser, chamando o horário, o dia, e finaliza também com a musiquinha da seleção brasileira, e o logo do futebol 2011. (Entrevista concedida por Isabella, em setembro de 2011)

É de se destacar nesse caso que, diferentemente de outros entrevistados, Isabella, fanática pelo Flamengo e amante de futebol, reparou em dois elementos da chamada que passaram despercebidos para grande parte dos entrevistados, principalmente os que declararam não assistir futebol: a mudança de música durante a chamada do Flamengo x Vasco, que se iniciava com uma batida mais agitada, e que depois era trocada pela vinheta clássica do futebol da Globo, muito associada à Seleção Brasileira; e que havia a participação de mais de um locutor na chamada, os narradores esportivos e o locutor da Promoções.

E o contrário também se aplica. Da mesma forma que entrevistados guardaram mais detalhes de programas que declararam ser espectadores assíduos, quando o programa não é do interesse do espectador a quantidade de informações da comunicação que ele assimila diminui drasticamente. Para exemplificar na mesma chamada, vou recorrer à pesquisa qualitativa feita com Thays, que só assiste futebol em época de Copa do Mundo. Quando pedi a que descrevesse a chamada que ela disse ter gostado tanto, o fez da seguinte forma:

Lembro que Mostraram os gols, o “ah é Ronaldinho!”. Ele é um cara marcante. E apareceu a cara dele, né? Apareceu? Do gol, o gol foi de bicicleta, não é? Não foi? E do cara falando: “Vai sacudir a telinha da Globo!” (Entrevista concedida por Thays em setembro de 2011)

É gritante a diferença de detalhamento entre as duas entrevistas. Por mais que a Thays tenha gostado da chamada a achado diferente a ponto de ter se interessado pelo jogo – o que normalmente não ocorre – a falta de conhecimento e de apego pelo programa faz com que o espectador assista à mensagem de maneira diferente.

Ronaldinho foi o melhor jogador brasileiro por anos a fio, é uma celebridade no mundo do futebol. Mesmo assim, Thays, poucos minutos após a exibição da chamada, não sabia me dizer com certeza se ele tinha aparecido na chamada, sendo que das nove imagens do Flamengo usadas na peça, o craque estava presente em seis delas, algumas delas em close.

Ver a chamada de futebol sem gostar ou acompanhar o esporte é como ver uma peça de novela e não conhecer as personagens. Você vai ter a noção de que a chamada é boa, de um programa que promete, por se tratar de um grande clássico no caso do futebol, ou dos grandes atores em conflitos instigantes, no caso na novela. No entanto, a falta de um laço emocional mais estreito com os programas prejudicam a capacidade persuasiva da mídia chamada.

Como dito anteriormente, a chamada é montada com elementos que visam despertar na audiência sensações, emoções, e a eficiência dela está diretamente associada ao apego e conhecimentos que o espectador tem em relação ao programa promovido. A chamada vai significar mais para aqueles que tiverem mais referências sobre o programa, um envolvimento que permita um maior entendimento dos dramas, da importância do jogo, ou apego ao artista que vai ser entrevistado.

Foi possível comprovar isso nas entrevistas referentes à chamadas do Mais Você – programa escolhido para destoar dos demais, por não visar o público escolhido para a pesquisa. A maioria dos entrevistados não se lembrava dos temas do programa. Na chamada teste, Ana Maria destacava três atrações de seu programa – o “S.O.S. Tosse”, o “teste do barulho” em algumas cidades do país, e uma receita de pudim de chocolate.

Ao final das entrevistas em profundidade, quando perguntados se lembravam dos assuntos citados pela apresentadora, a grande maioria dos informantes lembrava apenas do pudim, com o agravante dos outros dois temas terem sido apontados algumas vezes como razões de

incômodo na chamada, tratados como desinteressantes e irrelevantes. Dois trechos de entrevistas são bem ilustrativos nesse sentido:

Eu desgosto mais do comercial da Ana Maria, porque é um programa que não me interessa muito, eu sou péssima de culinária, eu não estou tossindo, e a minha rua não é barulhenta. Não estou nem aí, sabe? (Entrevista concedida por Isabella, em setembro de 2011)

Não lembro, pois nenhum me interessou. Só lembro do pudim de chocolate, bonito com uma cerejinha cima, com umas raspinhas de chocolate. (Entrevista concedida por Leonardo, em setembro de 2011)

O despertar da atenção do espectador se dá por vários motivos, e o apego que o telespectador tem pelo programa com certeza é um dos fatores mais importantes nesse processo. Todos temos um filtro de interesses, que facilitará ou dificultará a retenção das informações a que somos expostos.

No caso das chamadas, o espectador é exposto a um conjunto de imagens e sons que visam atrair a sua atenção – elementos de persuasão da comunicação. Ao descobrir qual programa está sendo promovido, de acordo com seu interesse no conteúdo, guardará mais ou menos informações da comunicação num processo inconsciente de seleção de prioridades.

5 - A PESQUISA EM LINHAS GERAIS

A primeira das indagações, a mais genérica possível – se o entrevistado se lembrava de alguma chamada, de qualquer programa – era seguida de respostas ainda mais gerais. Muitas das vezes, o entrevistado não sabia ao certo o que era uma chamada promocional, confundindo-a com qualquer tipo de comunicação da emissora, o que é perfeitamente compreensível.

As chamadas mais citadas nesta fase da pesquisa foram as do Sessão da Tarde, o que não foi nem um pouco surpreendente. Foram recorrentes os comentários sobre “*a turminha do barulho entrando nas maiores confusões*” - o exemplo clássico da linguagem repetitiva, citadas durante a pesquisa de campo.

Foi comum também que os entrevistados do sexo masculino lembrassem mais das chamadas de jogos de futebol. Não recordavam com riqueza de detalhes, mas o sistema de funcionamento da chamada realmente pareceu estar consolidado na cabeça de boa parte dos entrevistados. A descreviam como um filme que utilizava cenas de jogos anteriores, com gols e lances bonitos, avisando o dia e hora do evento. Em algumas ocasiões também foi citada a famosa musiquinha do futebol na Globo, aquela muito associada também à Seleção Brasileira, o que alertou para a importância da sonorização das chamadas.

Nesta parte da entrevista, foi normal também que o informante lembrasse de chamadas de novelas – geralmente sem uma trama específica. As explicações também eram simplificadas – diziam que na peça eram exibidas as principais cenas do capítulo e só. Não houve menção a nenhum tipo de música ou outro elemento, já que não estavam falando de nenhuma novela em si, mas sim do gênero de programa.

Foram citadas também chamadas de jornalismo, como do Jornal Nacional ou RJTV, que foram descritas como uma comunicação rápida que falava das principais notícias que seriam veiculadas. Suas músicas-tema, sempre marcantes, foram lembradas também.

Outro elemento interessante que apareceu com certa frequência na pesquisa de campo foi a citação dos slogans da Globo, como “*Globo, a gente se vê por aqui!*”, ou “*Globo e você, tudo a ver*”. A princípio, são frases que não fazem parte das chamadas, mas que tem em comum com o objeto de estudo deste trabalho ao menos dois elementos: ambas fazem parte do discurso que a emissora emite para estabelecer uma relação com o receptor; compartilham também a voz do locutor, o que acaba tornando a semelhança ainda maior, concreta.

Avançando na entrevista, era perguntado se os entrevistados recordavam-se de chamadas dos programas em teste. Futebol e novela, como já disse, foram comumente citados sem a necessidade desse estímulo. Quanto aos outros dois, as chamadas do Altas Horas por vezes não eram lembradas, e em outras oportunidades eram descritas como uma espécie de informativo dos convidados que iriam participar do programa, com músicas e qualquer elemento interessante que constasse no conteúdo.

O Mais Você foi o menos lembrado. Na grande maioria das vezes os informantes não tinham a menor ideia de como descrevê-las, e quando o faziam era da forma mais genérica possível. Em alguns casos, minha indagação era respondida com uma segunda: “*O que é Mais Você?*” – o que acaba sendo bem ilustrativo, e, mais uma vez, justifica a presença da chamada na pesquisa de campo.

As chamadas que fizeram mais sucesso foram, de longe, as de Fina Estampa e Futebol. A simpatia é justificada, uma vez que a de dramaturgia promovia um capítulo importante, com um *breakthrough* importante da trama, o que chama muita atenção – a torna memorável. A do futebol tratava de um Flamengo x Vasco, o que por si só tem grande apelo. Além disso, era uma chamada um pouco mais elaborada do que as demais do mesmo gênero.

Além da importância particular dos dois eventos, foi possível perceber que foram os programas que se revelaram contar com a maior audiência dentro da amostra da pesquisa – os programas que mais interessavam ao grupo de entrevistados. Esse fator – o interesse do espectador pelo programa, se mostrou um elemento importante para o impacto da comunicação na audiência. Foi constatado que a chamada pode ser excelente, mas se o programa não for do gosto do indivíduo, a qualidade da peça se torna secundária, pois dificilmente terá força de mobilização.

As opiniões sobre a capacidade da chamada do Altas Horas de comprometer o espectador com o programa se mostraram tanto quanto divididas. Ao mesmo tempo em que foi bem recebida, por ser animada, bem musical e contar com a presença de famosos, a comunicação não se mostrou forte o suficiente para quebrar uma barreira muito forte inerente ao programa: seu horário de exibição.

O Altas Horas, como seu próprio nome diz, é veiculado na madrugada de sábado para domingo, o que acaba minando o interesse de muitos potenciais espectadores. Foram comuns

justificativas que citassem o horário como fator impeditivo, embora a chamada fosse divertida – um bom espelho do que realmente é o programa.

O caso do Mais Você foi quase uma unanimidade. Apenas um dos entrevistados declarou assistir o programa regularmente. Essa falta de assiduidade e interesse refletiu na percepção dos informantes sobre a chamada, que não se mostrou capaz de mobilizar nenhum dos entrevistados. Poucos se lembraram dos temas do programa – um teste de barulho, uma matéria sobre tosse e uma receita – o que se deve à pouca atratividade dos assuntos para o *target* da pesquisa.

Falando sobre a capacidade de mobilização das chamadas em geral, o que se pode concluir é que, por melhor que ela seja, é muito difícil que uma chamada convença um espectador a assistir um conteúdo sobre o qual não tem o menor gosto. O programa é o maior diferencial da chamada, e se o telespectador não tem interesse pelo tema, não se estabelece identificação ou eficácia dos recursos persuasivos presentes na chamada.

Sua importância é inegável, pois é a responsável pela divulgação da grade de programação de uma emissora. No entanto, na guerra pela audiência, ela não pode ter a responsabilidade de conquistar um telespectador que não tenha uma pré-disposição a assistir o programa.

Isso ficou muito claro graças à chamada de Fina Estampa usada na pesquisa em profundidade. Era consenso que tratava-se de uma chamada muito boa e atrativa, mesmo entre os que não assistiam a trama. Entretanto, mesmo admitindo ser uma boa comunicação, por promover um capítulo com um grande diferencial – um grande *breakthrough* – a opinião não era acompanhada da intenção de assistir a novela – a comunicação foi muitas vezes considerada interessante e eficiente, mas “*para os outros, para mim, não*”.

Entre os elementos que mais agradaram, a forma de edição usada nas chamadas com certeza foi um ponto a ser destacado e mantido. Muitos dos entrevistados elogiaram a fluência das chamadas, adjetivando-as como “*bem construídas*”. Foi elogiada também a coerência entre a forma de edição da peça promocional e o clima dos programas. O exemplo mais claro dessa variação se dá na comparação entre as chamadas do Altas Horas e Mais Você – a primeira mais recortada, com flashes rápidos e musicais, enquanto a segunda quase não possuía cortes.

Com a pesquisa, foi possível constatar também que a sonorização das chamadas tem papel fundamental na identificação e diferenciação das peças. Este elemento possui duas funções

importantes – auxiliar a edição na transmissão do clima do programa, e através de músicas características, servir como forma de identificação do conteúdo anunciado.

Não foram levantados muitos pontos negativos referentes as chamadas durante a pesquisa exploratória. A única crítica feita ao formato de uma das chamadas foi em relação à peça do Altas Horas. Alguns dos entrevistados se sentiram incomodados com a falta de informação da chamada do programa de Serginho Groisman, a começar pelo fato das principais atrações do dia não serem anunciadas nominalmente.

Também foi falado que, por se tratar de um programa de entrevistas, a chamada foi muito rasa, não se preocupando em passar qualquer conteúdo do que foi conversado no Altas Horas. A peça se baseou em refletir o clima do programa, e nisso ela foi bem sucedida. Animada, rápida e inteligente, mas faltou conteúdo.

E o conteúdo foi também o problema da chamada do Mais Você, mas nesse caso não foi um problema de abordagem promocional, mas sim do programa em si – que não agrada o *target* escolhido na pesquisa de campo, e, por tanto, com baixo potencial de mobilização e baixa eficiência dentro da amostra.

Por fim, uma das conclusões mais claras que pude tirar da pesquisa exploratória foi a relação direta entre a identificação do espectador com o programa e a capacidade dele em assimilar elementos da mensagem. Quanto maior for o interesse do indivíduo pelo conteúdo promovido, maior será a eficiência da comunicação e retenção de informações da mensagem, o que se deve ao maior envolvimento emocional com o programa em questão e o maior reconhecimento de símbolos do show contidos na mensagem.

6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste trabalho, pode-se entender um pouco mais sobre as comunicações que visam promover a grade de programação da Rede Globo. Foi possível, ao longo da pesquisa, esboçar um diagnóstico de comunicação com foco no receptor, o que nos permite entender e aprofundar o conhecimento sobre como as chamadas promocionais influenciam a decisão do telespectador.

Os resultados da pesquisa revelam que, dependendo do programa em promoção, o telespectador não vê a chamada apenas como um informativo do que acontecerá no show. É mais do que isso, pois em alguns casos se estabelece uma relação emocional com determinadas chamadas, o que tem forte apelo motivador.

Seria tolice acreditar que esse laço se dá entre o indivíduo e a chamada, pois é claro que a real relação é estabelecida entre indivíduo e programa. A audiência fica muitas vezes ansiosa por algum conteúdo, seja ele uma corrida decisiva, o capítulo seguinte da novela, ou a participação de um astro internacional em um programa de auditório. Ela quer saber mais sobre aquele assunto, e, nesses casos, a chamada pode deixar de ser uma mídia promocional, paralela, para se transformar em parte do próprio conteúdo.

A chamada é, muitas vezes, vista pela audiência como parte do programa, uma extensão dele. Tal afirmação se justifica com citações que vieram de dois entrevistados: um especialista no assunto - José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, para a tese de Mestrado de Regina Almeida, e um dos entrevistados da amostra selecionada para o estudo que foi feito especificamente para esse projeto. Para o primeiro, “O espectador vê a chamada como se fosse o programa. Ele não tem a percepção de que a chamada é uma promoção para aquele programa. A chamada, para ele, já é um entretenimento” (ALMEIDA, 2006, pág. 57); e a segunda, confirma a afirmação de Boni quando revela, sobre a chamada de Fina Estampa: “*é a minha novela, eu estou louca pra assistir a chamada dela, não vou desgostar do comercial. Quando passa, é uma coisa de interesse pra mim, que nem o jogo do meu time.*” (Entrevista concedida por Isabella em setembro de 2011)

Embora a opinião geral dos entrevistados tenha sido sempre muito positiva, o principal objetivo deste trabalho foi aferir a eficiência e a forma como as chamadas impactam e são percebidas pelo *target* escolhido. É verdade que o Departamento de Promoções peca, às vezes, pela falta de originalidade e até mesmo arrojo, mas é preciso entender que o volume de peças

feitas por dia acaba influenciando no desenvolvimento das chamadas. São cerca de 30 chamadas diariamente, produzidas por uma equipe de sete redatores, uma média de quase 4 *jobs* diários por profissional.

Mesmo assim, a Globo e o seu departamento de Promoções tem em mãos um grande trunfo, pois durante a pesquisa constatou-se que não há rejeição significativa ao modo com que a emissora se comunica com seus consumidores. Geralmente, os informantes não sentem nenhum incômodo com as chamadas exibidas nos testes. O contrário poderia ser preocupante, uma vez que todas as chamadas, independente do programa, compartilham alguns elementos.

No geral, pode-se afirmar que a atividade promocional da Globo é um ciclo virtuoso, pois a grade de programação é promovida na vitrine mais valiosa do Brasil, o que ajuda na manutenção desse valor e do *status quo* da televisão brasileira, no que se refere a hierarquia entre as diversas redes. Talvez, se a Record anunciasse sua grade nos *breaks* da Globo, sua programação fizesse mais sucesso, uma vez que a diferença de audiência entre as duas emissoras é gritante nos horários de pico.

Um exemplo disso é o Pan-Americano, que ocorreu neste ano. Quando transmitido e promovido pela Globo, era um evento de maior importância, praticamente uma Olimpíada. Era possível sentir um clima nacionalista nas ruas, ver o povo vivendo e vibrando com as competições. Neste ano, a mobilização foi mínima, muitos nem devem saber que ele ocorreu.

A diferença entre a audiência da Globo e as demais concorrentes dá à emissora carioca uma grande vantagem promocional, uma vez que sua grade é divulgada para um público muito maior. Mais do que isso, esse público, poucas vezes exclusivo de apenas uma das emissoras, está muito mais habituado ao padrão de comunicação estabelecido pela Globo.

Não quero afirmar que o modo com que a Globo produz seus programas, suas chamadas, e todo o resto, seja mais eficiente. Simplesmente é o padrão, é o consolidado, vantagem obtida por ser a emissora de televisão brasileira mais tradicional e líder do mercado há muito tempo.

O termo Padrão Globo de Qualidade poderia ser substituído por Padrão de Qualidade de TV brasileira. A Globo é hegemônica no Brasil, e por isso é parâmetro para todas as outras televisões locais. A parte cruel disso é que o *modus operandi* estabelecido por anos e anos de domínio – que ainda se mantém – acaba se tornando padrão também na cabeça do telespectador.

A partir daí, a audiência pode estranhar qualquer formato de mídia que seja diferente do que se acostumou a ver na Rede Globo. O modo de transmitir esportes, a qualidade dos cenários, o jeito de fazer o jornalismo, e até mesmo o formato das chamadas. Por mais bem feito que seja, o diferente se torna estranho. A liderança que a Globo exerce não se dá apenas nos índices de audiência, mas também nos valores e padrões que cada indivíduo tem sobre televisão, e como ela deve ser feita. É uma liderança muito difícil de reverter.

Essa difícil concorrência faz questionar quem é a real adversária da Rede Globo na guerra por audiência. A resposta direta seria a Record, mas penso que a TV a cabo e principalmente a internet são as principais responsáveis pela queda dos índices da emissora carioca nos últimos anos.

Uma prova disso são as audiências de hoje em dia, muito inferiores às de dez ou vinte anos atrás, quando a novela das oito – agora nove – chegava a marca dos sessenta pontos, segundo índice do IBOPE. Para se ter ideia, há tempos que não se alcança a marca dos cinquenta pontos. A comunicação mudou com a popularização da internet no Brasil, tanto é que as duas concorrentes da TV – Globo e Record – batalham também pelos cliques dos internautas através de seus mega-portais de conteúdo – Globo.com e R7.

Nesse novo contexto, as chamadas ganham também o papel de alavancar o número de acessos desses grandes portais – que armazenam grande parte do conteúdo exibido na Rede Globo, por exemplo, como suas novelas ou momentos importantes de eventos esportivos. Quando o espectador se interessa pelo programa promovido na chamada, mas por algum motivo não consegue assistir, muitas vezes ele busca o conteúdo na internet, seja para assistir um capítulo, por exemplo, ou apenas ler sobre ele.

Voltando para o diagnóstico de comunicação proposto neste trabalho, é preciso ressaltar que, de fato, a chamada tem uma força motivadora, e alguns pontos deste tipo de comunicação merecem destaque positivo por terem se mostrado muito eficientes segundo a pesquisa exploratória.

As chamadas se utilizam de aspectos marcantes do programa em questão, o que se mostrou muito importante, pois o primeiro passo no processo de mobilização da audiência – razão de uma chamada existir – é a identificação do show promovido. Ao utilizar aspectos marcantes do programa, gera a identificação e amplia a motivação do espectador. Sob esse ponto de vista, ela faz exatamente o que se tem que fazer.

O funcionamento de uma chamada muitas vezes se dá, além dos objetivos propostos pois a chamada conta com empatia que o espectador tem por determinado programa. Ao falar sobre a chamada testada de Fina Estampa, alguns dos informantes, positivos em relação à chamada, trataram a trama por “*minha novela*”.

Essa proximidade com que o espectador se envolve com o programa é transferida para a chamada, que, por mais esse motivo, se faz ainda mais eficiente. Essa proximidade com o programa e, por consequência, com a chamada, vai sedimentar e enriquecer a motivação da audiência. Uma pessoa que gosta de um programa, que tem o “seu programa”, é espectador e vai ser mais impactada pela comunicação.

Por outro lado, é importante ter consciência de que a chamada, ainda que motive e possa atrair novos telespectadores, não tem o poder de vencer resistências maiores. A pesquisa revela que o uso de elementos marcantes do programa, nesse caso, pode funcionar tanto para atrair quanto para afastar a atenção do espectador.

O uso de elementos marcantes, como instrumentos de persuasão e identificação podem funcionar para atrair e motivar quem é simpático ao programa, mas também pode acabar criando rejeição pela chamada, já que o elemento marcante remete diretamente ao programa pelo qual se tem interesse.

Outra deficiência detectada na pesquisa foi a incapacidade que uma chamada tem em mobilizar quem não tem interesse pelo programa. A chamada de Fina Estampa foi muito elucidativa neste sentido, pois foi consensual entre os informantes que se tratava de uma chamada com alto poder de mobilização, forte e polêmica. No entanto, a qualidade da chamada era secundária ao interesse pessoal pelo programa – e a chamada, por melhor que tenha sido, não conseguiu quebrar essa barreira.

Neste caso, é preciso fazer uma ressalva em casos de programas que contam com a presença de convidados aleatórios ou reportagens variadas. Uma vez ou outra, esse convidado ou tema podem atrair a atenção ocasional de mesmo aqueles que não gostam do programa, mas que assistiriam o conteúdo com interesse exclusivo na atração pontual, como por exemplo a presença de Justin Bieber no programa da Xuxa, ou Antônio Banderas no Mais Você.

Quanto ao Altas Horas, a dinâmica do programa endossa o ritmo da sua chamada, mas houve algum desconforto com a falta de informação e até mesmo a grande quantidade de cortes da chamada. A recomendação é que se equilibre um pouco mais esses dois extremos, de forma a

conseguir passar a essência do programa – divertido, animado e inteligente – sem que se cause o desconforto em quem está vendo a comunicação, dando atenção também para informar com clareza os convidados do programa semanal, já que, como foi dito, pode ser um fator importante na conquista de uma boa audiência.

Com respeito à chamada de futebol, na opinião dos entrevistados, algumas vezes as comunicações fazem promessas indevidas. A crítica é bem simples: como pode a chamada prometer um grande jogo se ele ainda não aconteceu? Foi relatado durante a pesquisa que muitas vezes a chamada não reflete o que é o jogo, tanto em importância quanto em qualidade, uma vez que ela não é feita com base no evento que será transmitido, mas sim em jogos já ocorridos.

Lá, no mundo do anúncio, a criança é sempre sorriso, a mulher desejo, o homem plenitude, a velhice beatificação. Sempre a mesa farta, a sagrada família, a sedução. Mundo nem enganoso, nem verdadeiro, simplesmente porque seu registro é o da mágica. (ROCHA, 1995 p. 25)

Seria positivo que nem sempre se apelasse nas chamadas para uma emoção incerta, ou atribuir ao jogo uma importância que não é notada pelos espectadores. Não precisa atrair pela promessa de um grande jogo, mas pela curiosidade de um jogo interessante, motivada pelo contexto palpável das duas equipes na competição, e sempre que possível apelando para personagens do evento.

Quanto a chamada de Fina Estampa, a Promoções conseguiu extrair o que há de melhor no capítulo. Era um episódio especial, muito rico em elementos que agradavam ao público, e o recorte do episódio feito na comunicação foi condizente com as expectativas da audiência. Mesmo os informantes que declararam não ter interesse pela novela foram capazes de perceber a importância do capítulo dentro da trama, e isso só ratifica a escolha feita pela equipe responsável pela chamada.

As peças promocionais do Altas Horas e Mais Você, assim como as de programas jornalísticos, tem em comum a característica de serem essencialmente informativas. Um dos instrumentos de persuasão destes programas/chamadas reside na variação da temática abordada, notícias relevantes, ou o seu quadro de convidados, sempre rotativos. Nesses casos, as chamadas adquirem função ainda mais importante, pois o interesse pelo conteúdo se dá em grande parte pelas personalidades ou reportagens que compõem o programa.

Indo para um elemento mais geral, sobre todas as chamadas, é preciso destacar a importância da sonorização para esse tipo de comunicação. Recorrentemente citada durante a pesquisa de campo, os elementos sonoros da chamada tem papel fundamental no despertar da atenção da audiência para a ação promocional. Em uma chamada eficiente, pode-se apenas com a audição reconhecer qual programa está sendo promovido e se informar sobre os aspectos essenciais do conteúdo.

Mais do que isso, a musicalidade da chamada funciona também como instrumento imersivo e persuasivo, como fator catalizador da motivação do telespectador. Como foi falado no trabalho, o som das chamadas está diretamente ligado com o clima que a chamada deseja passar, despertando emoções e sentimentos que contribuem para a conquista de maior audiência.

Em síntese, pode-se concluir que apesar de conter alguns pequenos ruídos, no geral, as chamadas promocionais da grade de programação da Rede Globo são bem vistas, e que além de familiaridade com este tipo de comunicação, o público conta com estas para antecipar o que a programação irá lhe oferecer. Assim, as chamadas são um importante instrumento na concorrência pela audiência, embora não seja o único fator a determinar os índices. Agora, além dos pequenos ajustes nas chamadas, é preciso atentar para as novas funcionalidades que ganha esse tipo de comunicação com a ampliação das novas mídias.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, Regina Célia Bichara Varella de. *Mídia de chamadas de programação: uma estratégia permanente de interação através da telenovela*. 2006. 105 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2006.
- MYERS, David, G. *Explorando a Psicologia*. 5. Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2003.
- OLIVEIRA, Ruy Venício Barbosa de. *Chamadas: uma análise sobre as chamadas de programação da Rede Globo*. 2007. 53 f. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.
- RAMOS, Albenides. *Metodologia da pesquisa científica: como uma monografia pode abrir o horizonte do conhecimento*. São Paulo: Atlas, 2009.
- RIBEIRO, Júlio et al. *Tudo que você queria saber sobre propaganda e ninguém teve paciência para explicar*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1989.
- ROCHA, Everardo P. Guimarães. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.
- SODRÉ, Muniz. *O monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1989.
- SODRÉ, Muniz. *Televisão e Psicanálise*. São Paulo: Ática, 1987.
- SILVA, Alcion Alves. *Prática clínica baseada em evidências na área da saúde*. São Paulo: Santos Editora, 2009.
- WHEELER, Alina. *Design de identidade da marca*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.
- WOLTON, D. *O elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática, 1996.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO USADO NA PESQUISA

Questionário

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? (Altas Horas, Fina Estampa, Futebol e Mais Você)

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

6a- O que você lembra da chamada?

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

6b- O que você lembra da chamada?

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

6c- O que você lembra da chamada?

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

6d- O que você lembra da chamada?

APÊNDICE B – ENTREVISTAS TRANSCIRTAS

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Eu adoro a Globo. Eu vivo assistindo a Globo. Eu adoro novela.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Chamada da novela? Eles sempre colocam a historinha da novela. Sempre contam como vai ser o capítulo, mas não me lembro direito. Quando vai estreiar uma novela, eles resumem a historinha da novela, é muito legal! Chamada é uma propaganda, do programa que eles querem chamar.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto quase sempre, mas não deixo de sair pra ver novela. Tipo umas 4 vezes por semana.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Eu amo essa novela. Eu me interessaria. Foi um super acontecimento na época, o Antenor foi desmascarado! Foi o principal acontecimento do capítulo, e é uma forma de propagar. Colocaram o melhor atributo da novela na propaganda, e é um jeito de chamar a atenção.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Acho legal a narração, esse recorte que eles fazem da trama. Ela não conta final, mesmo contando o que de mais importante tem. O que eu não gostei? Eu não sei. Acho muito importante o narrador guiar a chamada, levar o pensamento de que está assistindo.

6a- O que você lembra da chamada?
O narrador vai levando a cena. Ah, a chamada mostra o Antenor se ferrando, porque descobrem a farsa dele. Aí ele sai bolado e se envolve num acidente, que deixa todo mundo preocupado. Depois aparece a logo do Fina Estampa, falando “Nesta Quinta!”, junto com a musiquinha.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
É raro, mas eu assisti Altas Horas agora no sábado. Eu gosto, mas não tenho o costume de assistir. Lembro muito do “Vida inteligente na madrugada”

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Quem gosta de quem está participando do programa, eu acho que sim. Se eu estivesse sem fazer nada, eu veria sim. Não tem um apelo muito grande comigo, tipo “Não vou perder por causa dessa chamada!”, mas tipo, se eu estiver em casas, eu poderia lembrar

e deixar no canal. Essa chamada n me atraiu muito, tem vezes que eu fico mais animada, dependendo de quem for no programa, mas achei legal. É porque eu gosto do programa, não é pela chamada.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gostei da costura que fizeram entre o diálogo do narrador com as cenas dos convidados, achei bacana. Não deram trechos das entrevistas, mas mostrou a animação de quem vai estar lá. Não desgostei de nada. Eu não me incomodo muito eu acho, se me incomodou eu nem percebi. Acho que é muito pouco tempo pra me incomodar com alguma coisa.

6b- O que você lembra da chamada?

Eles abrem falando Altas Horas, e o narrador começa a falar quem vai estar no programa, e mescla com frases faladas no programa, do Serginho e dos participantes, falam que vai ter muita conversa e música, e depois encerra falando “depois do Intercine!”, terminando com a logo e com a musiquinha. A vinhetinha dá um charme na chamada, fica mais gostoso de assistir. As vezes você não está fazendo nada, mas você escuta a musiquinha e olha pra TV. Quando a música me é familiar, me soa bem, aí eu olho. Eu não vejo TV exclusivamente, eu sempre estou fazendo outra coisa junto. Então, com a atenção dividida, de escutar eu as vezes sei do que vai falar.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não, eu não costumo assistir muito pouco. É mais na correria, se a minha mãe estiver assistindo. Eu não paro pra ver, mas se alguém estiver vendo, eu vejo junto. Mas é raro.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Depende do público. Acho que minha mãe se interessaria. Eu não pararia pra ver. Pela chamada, não vou ligar para o programa. Em lembro de um quadro da Ana Maria que eu adorei porque falava sobre cachorro. Como, nesse programa, eu não me interesse por tosse, por exemplo, eu não vou ver o programa.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu não gostei dos temas. De todas, talvez pelo conteúdo, foi a que me chamou menos atenção até agora. Se tivesse narrador, talvez ajudasse. Eu olhei pra ela porque eu estou dando uma entrevista. Se fosse na televisão, eu ia olhar os 5 primeiros segundos e ia fazer outra coisa. Ela foi muito monótona, com certeza. De positivo, não tem nada a ser destacado. O programa não me toca.

6c- O que você lembra da chamada?

Lembro que apareceu a logo com os corações e logo do programa, ela falou de tosse e o Louro interagiu com ela. Depois falaram o horário e pediram pra não perder. Falou da culinária também.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Assisto futebol só de vez em quando. Não gosto muito, mas gosto de saber o que está acontecendo.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que quem gosta de futebol, sim. Eu não me interessei. Acho que o assunto não me interessa muito, mesmo. Não me interessei. Achei dinâmica, divertida, o narrador tentou ser animado, mostraram as cenas, os gols. Mas, a mim, não me aguçou. Eu achei legal, mas...

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

De bom, eu gostei de terem mostrado as melhores cenas dos times, mostraram o Ronaldinho, que é um ídolo dos flamenguistas. O final, também, com o narrador falando. É legal, acho que animaria quem gosta de futebol. O problema é que eu não sou o *target*. De ruim? É tão rápido que não dá pra pegar muito problema. Não sei se é pela velocidade ou se é porque meu senso crítico não pega pra essas coisas. Acho que pra incomodar, tem que ser muito forte, porque é muito rápido. Se não for gritante, não vou me incomodar. Talvez seja pelo costume, eu assisto muito a Globo. Eu acho Record e SBT muito ruins. Não gosto dos programas das outras emissoras. Acho as outras, as vezes, até engraçadas, mas é mais pela tosquise. A impressão que passa é que a Globo é muito mais inteligente, investe muito mais. Acho que, nesse ponto, a qualidade é muito superior. Em relação as outras abertas.

6d- O que você lembra da chamada?

Mostraram cenas do Ronaldinho Gaúcho, do narrador falando no final. Falou no início do campeonato, do Brasileirão. Colocaram aquela bolinha rodando, com os emblemas dos dois times.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Lembro das de futebol. Eles colocam imagens de jogos passados de cada time, e falam do jogo, o horário... Quando o jogo tem importância, eles salientam isso. Não lembro mais de nada.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Não lembro nem de Altas Horas nem de Mais Você, nem de novelas.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Não. Normalmente acordo mais tarde e não vejo Mais Você quando estou acordado.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que a chamada foi bem feita. Ela citou os assuntos que vão ser falados no programa, mas eu não assistiria. Os assuntos não são do meu interesse, então eu não vou ver.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu gosto do Louro José. Ele é um ícone do Mais Você, e acho bacana usarem ele. Eu não gosto do programa (risos), então não me agradou muito.

6a- O que você lembra da chamada?
Ela abriu a chamada, foi falando as matérias na ordem, sobre tipos de tosse. Falou algo antes, mas não me lembro. Cara, eu não lembro os assuntos, só da tosse. Lembro dela aparecendo, comunicativa, conversando com o Louro. E depois encerra. Apareceu a logo do Mais Você com a musiquinha, e depois passou pra ela. O locutor pouco falou.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não costumo assistir Fina Estampa. Já passei o olho, mas não sou espectador.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Com certeza. Pelo conteúdo do episódio, aconteceu bastante coisa. A chamada em si foi muito maneira, com o narrador dizendo o que estava acontecendo durante o capítulo, mesclando com as cenas mais marcantes. É legal mostrar o suspense, já abriu a chamada com uma gritaria. Já abre a chamada com uma gritaria, um barraco, e isso atrai. Normalmente, a galera gosta mesmo é disso. Esse episódio me pareceu muito bom. A chamada foi muito chamativa.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Acho que a edição dela foi muito bem feita. A costura do narrador com as cenas, ela foi muito bem amarrada. A escolha dos temas também, estava tudo coerente com o clima da chamada. Não desgostei do nada, achei ela bem interessante.

6b- O que você lembra da chamada?

Eu não posso te dizer com muito conhecimento porque eu não acompanho, mas rolou uma confusão forte, um briga feia na casa da grã-fina, e depois teve um acidente de carro, com as pessoas preocupadas com o resultado do acidente. Abriu com a logo e a musiquinha da novela.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Altas Horas? Normalmente ou estou trabalhando ou na noitada.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

No meu caso, a única coisa que me chamou a atenção, além da Juliana Paes, claro, foi o Marcelo D2. Mas eu não assistiria o programa. O programa é num sábado a noite, e eu raramente estou em casa nesse horário. Eu paro pra ver algumas chamadas, as chamadas dos programas que eu gosto. De futebol, de filmes, porque eu quero saber qual jogo vai passar, que filme eu posso ver. Eu gosto de ver televisão, mas não vejo qualquer coisa.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Gostei da edição também, rapidinha e animada. Nada e incomodou, só o fato de eu não gostar do programa mesmo.

6c- O que você lembra da chamada?

Começa com a vinhetinha do Altas Horas, depois o narrador conversa com as cenas do programa, falando quem vai. Rola uma música, e depois encerram a chamada com a vinhetinha.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Futebol eu assisto independente de ser do meu Fluzão. Assisto sempre.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Com certeza. Além de ser o clássico, o maior do Brasil depois do Fla x Flu, a maior rivalidade, pegou a ótima fase dos dois times. Destacou o Ronaldinho. Não tem como não se animar, até mesmo os que não gostam muito de futebol. Até por causa do jeito que o Luiz Roberto chama pro jogo, muito animado. Mostrou as torcidas... até quem não gosta de futebol, acho que ficaria animado.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gosto muito das chamadas de futebol, acho sempre muito bem feitas. Eles destacaram bem o que tem que ser destacado, a importância do jogo, mostraram as torcidas, mostraram os jogadores importantes. Eu acho muito bom aparecer o Luiz Roberto aparecer na chamada, acho que dá uma incrementada. Não gostei dos dois times (risos).

6d- O que você lembra da chamada?

Vinhetinha da Globo, depois aparece o símbolo do Brasileirão. Depois começam a mostrar os times, o Ronaldinho Gaúcho. Depois explicam um pouco dos times, joga o

assunto pro Vasco, mostram jogadas do Vasco, e o Luiz Roberto fala do jogo. E encerra com a vinhetinha. Eu presto atenção nas chamadas de futebol porque eu gosto. Acho que tem que colocar sempre lances bonitos dos times, tornar o jogo relevante. Uma coisa marcante é aquela vinhetinha de futebol da Globo, da Seleção. É um ótimo chamativo quando for falar de futebol.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Fantástico, com a Patrícia Poeta (canta musiquinha). Grava pela música, não é? Ela fala "as principais notícias da semana no seu domingo a noite!". Lembro de novela, mais a musiquinha, mesmo.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? De futebol eu sei identificar, mas não lembro assim com detalhes. Ele fala a competição, o dia, o horário. De Fina Estampa, a música não me vem a cabeça... Mas a voz do locutor me vem na cabeça. Serginho Groisman comanda o programa Altas Horas! De Mais Você eu não lembro.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa? Não. Sábado a noite é muito raro de eu estar em casa. Não rola ver Altas Horas.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? Sim, porque é animada, e convida as pessoas a assistirem o programa. A chamada é animada por causa da música e dos convidados participando da narração, tipo dando um insight. A Juliana Paes conversou com o locutor. Ela fala sobre os convidados especiais, sábado a noite. A chamada passa um clima descontraído, o pessoal em pé, dançando, a plateia.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou? Eu gostei da costurada entre o narrador e os participantes. Acho a música legal também. Não desgostei de nada.

6a- O que você lembra da chamada? Neste sábado, depois do SuperCine, o Altas Horas, com muita diversão, descontração, música, convidados especiais. No seu sábado a noite. Os convidados são Juliana Paes e Marcelo D2.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Assistio Fina Estampa. Assistio tipo 4 vezes por semana, ou mais!

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? Sim! Suspense, mistério! As pessoas querem saber o que aconteceu com o Antenor. Quanto mais suspense melhor. As vezes não tem nada de diferente na novela pra chamar, e aí é até meio chato, porque as vezes a novela fica parada.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou? Nada em especial que eu tenha gostado. Ela foi grande, e no caso, ela recorreu a muitas cenas do capítulo anterior, para depois falar sobre o que ia acontecer no capítulo do dia.

Aí como eu vi as cenas do cap. Anterior, ela foi meio chata. O tamanho foi meio exagerado. Eu sei que é pra contextualizar, e tem gente que não viu o capítulo, mas você acaba vendo o chamada 5 vezes. Achei ela meio grande.

6b- O que você lembra da chamada?

A Teresa Cristina fez o barraco com a Griselda, aí o Antenor saiu bolado, sofreu o acidente, e aí a Amália estava desesperada, achando que ele tivesse morrido, mas o Antenor não morreu! Aí fica aquele suspense achando que o Antenor morreu. Termina com o Antenor parecendo morto do lado do carro.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Vejo futebol as vezes, tipo quando a televisão está ligada, ou jogos da seleção.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Essa daí eu lembro, eh mais marcante. Acho que sim. É convidativa. Porque o locutor tem essa manha de envolver as pessoas e acho que por isso as pessoas se interessariam. Claro que nem todo mundo, porque é tão comum a gente ouvir, é a mesma chamada pelo menos duas vezes por semana, né? Então você meio que já conhece, é sempre um grande duelo, um superjogo, decisivo, uma batalha, grandes times. Mas que não tem o que falar, e o público principal são os torcedores, e não a mim, mulher, então acaba entrando por um ouvido e saindo pelo outro, eu meio que não me ligo. No caso de Fina Estampa eu paro e olho, no caso do Futebol, não. Na novela, eu não consigo ver o que acontece sempre, então muitas vezes eu deixo só a TV ligada e fico ouvindo, fazendo outras coisas, então quando passa uma cena eu paro pra olhar, na maioria das vezes. E se for de futebol, pra mim não faz diferença.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Acho que a música é bem característica. É legal. As imagens de gols. Tinham dois locutores. O tradicional e o esportivo. Não desgostei de nada. Apesar de ser repetitivo, não me incomoda.

6c- O que você lembra da chamada?

Flamengo e Vasco, Duelo, Domingo? Mostrava os gols, mostrava o Gaúcho, caia pro locutor esportivo. Acho que é só. Fechava com o Futebol 2011!

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Bem raro assistir Mais Você. Tipo 1 vez por semana e olhe lá. Acordei cedo e vi.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Não todo mundo. Os assuntos não são tão atrativos... Barulho na cidade, não sei o que lá de tosse. Tipo culinária, é muito específico, um segmento muito menor que futebol e novela. Não sei se todo mundo gosta do Louro. O Mais Você, eu fico indiferente às chamadas. Eu prefiro o clima da chamada do Altas do que o do Mais Você. É mais uma

coisa dona de casa, eu não gosto muito do Louro, é infantil. Não gosto da Ana, acho ela muito plastificada... ela é meio *fake*.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

É a única que tem tipo um desenho na tela. Acho meio over, fica mais bonitinho e harmonioso, de repente pro público dela é bacana, mas eu acho meio over.

6d- O que você lembra da chamada?

Primeiro foi o barulho, depois a tosse, e depois o pudim de chocolate. Não lembro das músicas. Parece a Ana, e termina com ela falando algo tipo “te vejo amanhã”.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Na do jornal sempre aparece os *highlights*, as coisas mais importantes. Eles marcam bastante o horário, “logo, logo”, “depois da novela”. Nas de novelas, eu sei é que sempre aparece cenas do capítulo que vai ao ar naquele dia. São sempre curtinhas, são concisas e normalmente chamam atenção. Na de futebol, as vezes é uma final, eles chamam os jogadores que mais prometem, dão aquela enfeitada no jogo, pro espetáculo.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Não. Não assisto Mais Você nunca, porque acordo tarde, ou estudo, ou faço outras coisas.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Engraçada, bem informal. Parece que ela quer mesmo fazer parte da família brasileira. Ela não é sisuda, parece que ela está falando com os vizinhos dela, além de ter um papagaio falante. Achei engraçada, bonitinha. As donas de casa, eu acho que sim, eu não. Não chamou a minha atenção, eu não ligo para os temas que ela anunciou. Mas eu acho que chamaria a atenção de outras pessoas.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Que tenha me incomodado, não. Eu acho engraçado o papagaio falando. Eu gostei do foco no horário e no AMANHÃ, porque eu nunca lembro o horário das coisas. Acho importante eles fixarem bem o horário. Eu acho que o alvo deles não sou eu, mas não houve nada que tenha me incomodado.

6a- O que você lembra da chamada?
Ela disse oi, disse que o programa estava muito interessante, falou da matéria do barulho, falou da tosse, e depois falou da culinária, que era um pudim.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Já assisti o Altas horas, mas não paro para assistir não. O que eu lembro das chamadas do Altas Horas é que sempre vai um famoso lá, e eles gravam aquela frase de efeito – “Altas Horas – Vida inteligente na madrugada”. Não sei nem se isso pode ser considerada uma chamada.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que sim. Os convidados são interessantes para a maioria das pessoas, uma atriz e dois cantores. A edição ficou bem engraçada, pois o locutor fala alguma coisa, e a atriz completa, rindo... eu achei engraçada. Achei boa, legal.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Gostei da edição. É rápida, é sagaz, naquele formatinho normal. Ao mesmo tempo que não disse nada, deixou o público querendo mais, porque ela é divertida. Mostrou as pessoas, que foram no programa, e elas pareciam estar se divertindo. O Locutor falava, e editavam para os entrevistados tendo boas reações. A chamada deve divertir também, dependendo do programa. Nada me incomodou. O corte rápido ajuda, tem a música alegre, que condiz com o clima do programa. A música e a edição ajuda nessa questão de despertar a audiência. Como nenhum dos entrevistados falou nada do que ia acontecer no programa, o locutor teve um papel fundamental. Ele meio que norteia a chamada, se não ia ser um bando de gente louca falando.

6b- O que você lembra da chamada?

Teve a Juliana Paes, o Marcelo D2 cantando, o cara que eu não sei o nome. Foi legal, se eu não tivesse nada para fazer, eu veria, eu acho.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Nunca assisti. Eu sou uma negação para TV aberta. Novela eu costumo assistir, mas Fina Estampa nunca.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que sim, pois tem aquele dramalhão mesmo de folhetim. Pessoas discutindo, gente chorando, acidente de carro, mãe chorando... Acho que eu me interessei. Mesmo não assistindo a novela, acho que eu pararia para ver o que aconteceu com o Antenor.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gostei do jeito que foi construída, porque eu não tenho a mínima noção do que acontece nessa novela, a não ser sobre a mulher que tem um buço grande, e que fica horrível. Mas mesmo assim, eu entendi que duas famílias estavam brigando, e que após a discussão, o Antenor brigou com a namorada, e depois teve um acidente. Teve um início, um meio e um fim, eu gostei da construção. Me fez entender o que estava se passando. O narrador ajuda muito também, porque ele é o contador da história, e ele me deixou ver que aquele choque entre as duas famílias foi essencial para a história, um clímax, e o acidente foi meio que um desfecho. Ele usa aquelas frases de efeito. Ele deu o tom certo à chamada. Acho que a musiquinha é importante. Todos os elementos são importantes. Na verdade, eu lembro das músicas, na hora da discussão, por exemplo. Acho que na discussão, o mais importante é a fala do ator, a música não é tão importante. Mas na cena de ação, acho que é mais fundamental.

6c- O que você lembra da chamada?

Teve uma discussão, aí a moça que eu não sei o nome chamou a família de quadrilha, e aí a menina terminou com o menino, acho que eles eram namorados. E depois o Antenor sofreu um acidente de carro, e ficou no ar se ele tinha morrido.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Eu não tenho muita paciência não, assisto de vez em quando. Acho que uma vez por mês,

pelo menos. Sobre as chamadas, não são todas iguais? Eu não sei! É sempre com eles falando sobre o jogo.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Com certeza. O futebol deixou de ser um esporte e passou a ser um acontecimento, o campo de futebol passou a ser a apoteose da vida real. Quem está jogando no gramado não são atletas, são deuses – Ronaldinho, Juninho. É aquilo, a mídia constrói essa imagem em cima dos jogadores, que infla a emoção dos torcedores e ao mesmo tempo diverte os espectadores. Eles fizeram com que mesmo antes de assistir o jogo, a gente já se sentisse animado, na expectativa e tal... Isso muito se deve ao que o locutor falou, o duelo de campeões, os favoritos, que o jogo promete animar as torcidas rivais, o locutor criando esse clima de espetáculo. Deram muita ênfase ao Ronaldinho Gaúcho, que é uma febre na torcida do Flamengo. Mas eu acho que o foco deixou de ser o jogo em si, mas sim os personagens dele. A chamada, eu acho que ninguém estava preocupado com o resultado, mas sim com fazer as pessoas assistirem.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Nada me incomodou. Chamar o Flamengo de campeão carioca é legal. Como um todo eu gostei, e não desgostei de nada.

P.S. Por que você acha que nada te incomodou?

Acho que uma chamada, uma que se prese, não pode incomodar ninguém. Ela tem que atingir o maior número de pessoas, e mesmo que não agrade a todos, não pode desagradar. Não pode ter elementos que ofendam. O padrão Globo é bom, se comparado ao das outras emissoras que nós temos. Acho que uma chamada não é uma coisa que possa incomodar a alguém. Apesar de ser cultura para as massas, essa comunicação não agride àqueles que estão um pouquinho a parte desse grupo. Nas outras emissoras, acho que eles ficam tão preocupados em fazer comunicação para as massas que agride quem é um pouco mais esclarecido. Do que eu vejo na Globo, eu não me lembro de ver nada que tenha me agredido. Nas outras emissoras, acho que eles nivelam por baixo. A televisão muitas vezes é o único meio de comunicação a que a pessoa tem acesso, então não tem base comparativa, não sentem a diferença. Eu sinto. Sinto na Globo, inclusive, mas eu acho que há um abismo, entre a maioria dos programas da Globo, e os das outras emissoras. Não que eu seja um gênio, eu assisto porcaria também, mas tem hora pra tudo. Eu tenho outras necessidades.

6d- O que você lembra da chamada?

Lembro do locutor, mostrando os dois times jogando. Mas deram mais atenção aos dois times jogando, mostraram as duas torcidas. Mostrou o horário. É isso, eu acho.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Novelas e jornal, que anuncia as notícias. O que me chama atenção nas de jornal, o que me chama a atenção são as notícias que de alguma forma me interessam, e as de novela não me chamam muito a atenção, mas eu me lembro delas.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Não sei se eu lembro bem, mas lembro que eles dão um trecho do que acontece na novela. De futebol eu não me lembro. Lembro das chamadas do Altas Horas. Rola uma vinhetinha do programa, um sonzinho animado. Aparecem as pessoas que vão ser entrevistadas no programa, e o Serginho falando sobre o programa. Do Mais Você não lembro também.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Futebol eu vejo muito pouco. Não conheço muito os jogadores, nem times. Não faz muita diferença na minha vida não.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Talvez. Se torcer pelo time, ou fã de futebol, que goste do esporte. Eu veria, porque sou flamenguista. Primeiro porque é um clássico. Acho que é o principal fator de motivação. Acho que na chamada eles fazem bem de pegar o que o evento tem de importante, o clássico, os times. Eles ressaltam o duelo, e isso é bacana.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Nada em especial, nem positivo nem negativo.

6a- O que você lembra da chamada?
Eu só me lembro da bolinha com os escudos dos times rodando, do Luiz Roberto, e do Ronaldinho correndo e rindo. Não lembro do que o Luiz Roberto fala. A musiquinha que lembra a Copa do Mundo também.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto Fina Estampa com frequência. Sei por alto o que acontece. Quando dá eu vejo. Se não dá pra ver, eu meio que sei o que acontece pelas chamadas.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Sim, porque acontece uma coisa importante pra quem acompanha a novela. Segundo porque um acontecimento fica em aberto, então quem assiste fica curioso pra saber o desfecho da história.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Não achei nada em especial. A temática é forte. O que de melhor tem no capítulo. Eu não vi este capítulo, mas gostaria de saber o que aconteceu depois na novela. Não precisa ter muito recurso, o capítulo em si é o importante. Ele é bom e é o que importa.

6b- O que você lembra da chamada?

Eles tocam a musiquinha da novela, com o nome da novela e tudo. Tem um pessoa narrando o que vai acontecer, aí entram os flashes do capítulo, com o que vai acontecer, e encerra com a musiquinha e nome da novela.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não assisto nunca. Nunca, é impossível. Tenho aula às 7 da manhã, então não da pra ver o Mais Você.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Não. Acho que o público dela pode até gostar. Eu não. Não achei nada interessante. As matérias não são boas. É mais isso, mesmo.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Acho que ela é bem ambientada, não tem ninguém narrando por ela. Ela te ambienta com o clima do programa, é a Ana Maria falando. A chamada é fiel ao que é o programa. E isso é importante porque te situa no que você procura enquanto telespectador. Não desgostei de nada. É pro público dela.

6c- O que você lembra da chamada?

Tem a entradinha do programa, que chama pra ele, dizendo o nome e o horário. Entra a Ana falando, e ela diz as duas responsáveis, sobre barulho e tosse, eu acho, depois a receita do pudim. Depois encerra a chamada.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

As vezes eu assisto Altas Horas. 2 por mês, talvez. Eu gosto.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Depende. Se interessariam porque parece ser animado, pela música e pelo ritmo acelerado do locutor. Os convidados também são legais, a promessa de um bom bate-papo. O programa é num horário ruim, então eu acho que pra ter público, ele depende muito dos convidados. A chamada então é muito importante, porque tem que atrair o público pra essa variação.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Achei ela muito animadinha, gostei disso. Acho que ela poderia ter sido mais detalhada sobre o programa. Deu apenas uns flashes do programa, mas foi muito rasa.

6d- O que você lembra da chamada?

Tem uma musiquinha animada, a vinheta do programa, que entra com a logo do programa. Aí entra o narrador, falando que vai ter entrevista, música, trechos do programa. E depois a vinheta do programa, com a logo e o narrador falando pra não perder.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Sessão da Tarde! É clássica, todo mundo sabe – Uma turminha muito louca, aprontando altas confusões. O narrador é sempre o mesmo, e sempre com um texto muito parecido.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Nas de futebol, quando começa um campeonato eles fazem uma chamadinha mais especial, e depois é mais a chamada tradicional, com o narrador esportivo apresentando os times, tentando mostrar que cada rodada é uma rodada importante, falando de briga pela ponta, briga pra não cair. Eu não vejo muita televisão. Fina Estampa eu nem sei o que é. No Mais Você ela fala acorda menino? Ela deve falar sobre as principais coisas que vão acontecer no programa. O Vale a Pena ver de novo. Não sei.

3a- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Vejo futebol. Quando o campeonato me motiva, eu assisto tudo que eu posso. Mais dos time que estão próximos do meu time. Gosto de assistir jogos importantes.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Sim. Por causa da música, que é usada até na Globo.com, quando você quer ver algum conteúdo de futebol ela toca, e você reconhece. As vezes eu tô no trabalho, e ouço na caixa de som de algum apartamento e me lembro, e já sei que alguém tá assistindo. E você sabe que é o futebol da Globo. E o jeito que o narrador fala, que divulga. Pode ser o clássico Bauru x São João, e pra ele vai ser o maior clássico do mundo, e isso motiva sim. E isso de mexer com as torcidas também. A edição de vídeo é importante também, a cada dia eles melhoram, cada vez mais moderno em termos de visual. A chamada é mais longa, a narrativa sobre a importância do jogo.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Ronaldinho Gaúcho. O fato de ser um clássico, que aqui no Rio é o de maior importância. Nada me incomodou.

6a- O que você lembra da chamada?
Começa com a vinheta do Brasileirão, a logo do Brasileiro, e abre e começa a mostrar. Eu lembro mais da música final. Passa os principais frames de outros jogos, envolvendo as equipes, e aí corta pro narrador que eu não sei o nome, e depois toca a vinheta, e acaba...

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto Fina Estampa.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Eu acho que sim, cara. É porque eu não acompanho a história, então eu não sei mensurar a importância das cenas que você mostrou na chamada, mas novela é sempre uma coisa

que instiga, porque mostra só uma parte e não completa. Você quer sempre saber o que vai acontecer a partir dali. E eles mostram partes importantes, como foi nesse comercial, e intriga você a querer ver o desenrolar da história. Você quer saber o que vai acontecer. Eu não me senti dentro da história. Mas se eu acompanhasse, acho que eu ia ficar cheio de vontade de ver. Se bem que vendo a chamada, dá pra acompanhar um pouco da história. Eles passam de forma resumida... eles mostram o desenrolar, e o que ficou faltando, no capítulo seguinte eles vão mostrar mais alguma coisa. Acho que deve dar pra acompanhar um pouco sim.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
O que eu mais gostei? Nada me chamou muita atenção. Todas as chamadas de novela são muito semelhantes. Depende do capítulo. Tem capítulo que é bom, tem capítulo que não é. Gostei da forma como buscaram envolver. Mesmo eu não assistindo, você acaba se envolvendo, mas não me surpreendeu. Ela não teve nada de especial. Nada me incomodou.

6b- O que você lembra da chamada?
Ele abre com Fina Estampa, a marca da novela. Ele começa a falar sobre os trechos que vão acontecer sem mostrar o desfecho, até ele chegar na parte do acidente, que realmente é a parte mais interessante da coisa, e depois ele diz o horário, e mostra de novo a marca da novela. É bom você mostrar a marca no início e no fim pra você identificar, não é? Porque tem mais de uma novela. E pra reforçar também a imagem da novela.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Cara, eu assisto. Na hora que tô me arrumando e tomando café. Assisto quase todo dia, mas não vejo inteiro. Vejo o Mais Você por causa da minha mãe.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que sim. Porque ela mostrou um prato bonito, que realmente instiga a querer fazer. Ela mostrou um pudim. Cara, eu acho que nem todo mundo se interessaria, tem um público específico. Mas pro público feminino, eu acho que é válido. Me chamou a atenção a abertura da chamada, dizendo o AMANHÃ, com a marca bem forte, e dizendo o que tem de diferente no programa, a animação contagiante.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu gostei mais da musiquinha. Eu gosto da musiquinha, é no clima de bom dia mesmo. Quando eu acordo vendo Ana Maria Braga, é um bom dia, é uma sensação boa. Eu não gostei do tema. Não é pra mim. A vinheta é floral, rosa e tal, mas é o público dela. Se eu tiver que apontar algo que eu não gostei, são os temas. Eu Não reparei na vinheta do Fina Estampa, mas reparei na do Futebol e do Mias Você. O som é um sentido que você não precisa estar presente pra poder perceber. As vezes eu posso estar em um outro canto e vou ouvir e saber o que é. É uma forma de identificar e passar a sensação da coisa. Só de ouvir o trequinho da vinheta do futebol, já desperta uma sensação em você. É agradável, e legal. Você pode nem saber qual é o jogo, mas te desperta um interesse. Se eu escuto a vinheta do futebol, e eu estou interessado, a vinheta me alerta. Eu acho que no meu caso, que não vejo muito televisão, é o que mais chama a atenção. Mais até do

que locutor. É que nem o som da bolinha durante o jogo. Você ouve durante o jogo, e eu posso estar aqui no quarto, e quando eu escutar eu vou ficar atento pra ver se o resultado me interessa. É um recurso que realmente é válido. Funciona como uma real chamada, uma campanha pra você prestar atenção no que eles querem falar.

6c- O que você lembra da chamada?

Toca a vinhetinha, com fundo rosa e marca do Mais Você, e corta pra Ana Maria e o Louro conversando com em todos os programas. A receita era de um pudim, ou de um bolinho... era um pudim. Dos outros assuntos eu não lembro. Lembro que eles estavam conversando alegremente.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Mais ou menos, devo ver Altas Horas umas duas vezes por mês.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que sim. Mas depende. Porque quando é um programa desse tipo, de entrevistas e convidados, você se interessa muito mais pelos convidados. São os convidados que vão encaminhar o programa. O Serginho tem aquele jeito dele, mas o programa sempre muda. O convidado muda, e as perguntas são feitas pela galera. No programa dele, a importância do comercial é muito grande, pras pessoas saberem o que vai rolar por lá. A Ana Maria é mais previsível. Tem sempre assuntos diferentes, mas os quadros são os mesmos. No caso do futebol, a cada rodada muda. Pra qualquer programa é importantíssimo, e alertar que vai acontecer a tal hora. Corrida de F1, por exemplo, tem etapa que acontece de madrugada. Se não tiver propaganda quem é que vai ficar acordado pra ver o que assistir? A importância da chamada é pra informar o horário, as informações que eles passam e que acabam situando um pouco as pessoas. Eles sempre dizem alguma coisa do tipo "Vettel na briga por mais uma Pole!", ou "Massa vai largar na 3ª posição!". Eles mantem atualizado as vezes até quem não consegue assistir a corrida. E acontece com todo tipo de chamada. As vezes você não consegue acompanhar, e por mais que você não assista a novela, pelos comerciais você consegue saber por alto o que está acontecendo na novela. Torna mais familiar a coisa, e vai que um dia você assiste. Você não parte do zero. Informação nunca é demais.

5d- O que você lembra da chamada?

A primeira coisa que eles falam é dos convidados. Falam da música. São três coisas que eles falam. Juliana Paes... e não lembro do resto. Quem cantou foi aquele gordão que canta samba. Convidados, descontração, e musica boa. Eles fazem questão de mostrar todos os convidados, mostrar a cara das pessoas.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
A gente se liga em você, a gente se vê por aqui...De chamada, não vem nada não...

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Globo e você, tudo a ver... Coisas do gênero. Normalmente a chamada entra dizendo o jogo, o horário, o dia, as logos dos clubes, e aparece a vinheta do campeonato Brasileiro. As chamadas de novela eu não me lembro... Não me lembro muito.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto o Mais Você muito raramente. Assisto quando estou tomando café em algum lugar que esteja passando.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Não são notícias que são do meu mais puto interesse, eu sou mais voltado pra tecnologia, relacionada a compras, a internet. Acho que é um programa que é de um outro público alvo, que não eu. Eu não assisto o programa, então já é um sinal ruim. Por mais que eles façam a chamada, ela é um reflexo do programa, e nada que eles façam na chamada vai fazer me interessar por ele. Já vi chamada do Mais Você sobre nutrição, e me interessei mais do que por essa chamada. Certamente, se ela falar de algo do meu interesse, eu vou tentar parar pra assistir, embora dificilmente ela vá falar sobre esses assuntos.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu gosto da integração dela com o louro. Se fica só uma pessoa fica muito monótona a apresentação, tipo o Faustão, apresentando sozinho o que vai acontecer no Domingo. Por ter duas pessoas apresentando, trocando informações, o jogo de câmeras entre elas gera um interação que faz com que você prenda mais do que com uma pessoa só te chamando. Gosto do louro, acho que é uma interação bacana. O Cenário dela é legal também, porque tem a ver com o intuito dela, uma coisa matinal, ela te ensina a fazer um almoço, um lanche. As vezes a identidade visual não é nem boa, mas ainda mais na Globo, que veicula tudo toda hora, então de tanto ver você acaba assimilando que aquela identidade é do programa. Nada me incomodou. Nada me incomoda a ponto de eu falar.

6a- O que você lembra da chamada?
Abre com ela falando, antes disso tema logo do programa. Depois vem ela falando, a interação com o louro. O locutor fala a hora, o nome do programa... Os assuntos? Ela falou do lance de ruído em duas cidades, n sei se era BH e... Deixa ver se eu lembro mais... n lembro. Ah, da culinária era o pudim de chocolate, mas não lembraria.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Altas horas é mais fácil de assistir que o Mais Você. É um horário mais fácil pra mim.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu não sei se a galera gosta de samba. Pra mim é chamada é indiferente. Não me chamou muita atenção, não me acrescentou em nada. Por ter o Arlindo Cruz, e a Juliana Paes, que são pessoas que eu gosto, me interessa mais do que a própria chamada. Ela me diz das atrações, mas ela é uma chamada comum, padrão, tipo de supermercado. Só me influencia pelo fato das atrações, mas não tem nada que o cara tenha falado que tenha me feito ficar cheio de vontade de assistir.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

É uma chamada meio que comum, não me encantou. Ela tem função de informar o que ela informou, ela cumpre com o papel dela. Ela cumpre o papel dela. Diz a hora, o dia, diz quem tá lá, que é o mais importante. Musiquinha padrão, normal o Serginho falando. Só é uma parada que não me chama a atenção. Eu até escuto, e se eu escutar que tem uma parada maneira, eu posso me interessa, mas...

6b- O que você lembra da chamada?

Entra a logo do Altas Horas. Aí o locutor entra dizendo o dia, e o Serginho completa NO ALTAS HORAS!, aí o locutor começa a apresentar a atrações, os artistas falam alguma coisa, aparecem, e depois encerra com a marca do Altas horas, sempre com o locutor falando.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não assisto novela nunca.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Pela chamada, as pessoas se interessariam. Tem ação, carro rolando morte dos outros. O que mais gostam de ver é gente se dando mal e intriga. Por isso que o carro chefe da Globo é novela. Isso aí é tudo o que todo mundo quer ver.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Pô, a chamada é típica de novela. Mostra um pedacinho, que é pra você ficar com a pulga atrás da orelha. "Fulano de tal morreu?" Aí você não sabe se o cara morreu mesmo, ou não. Se você assiste a novela, pra mim você tá preso. Com essa chamada, já te convenceu. Vai pra casa mais cedo, pede sair mais cedo do trabalho... Se alguma coisa me incomodou? Não. Pra mim chamada é excelente. Se eu fosse o cara que assistisse novela, melhor ainda. Pra mim já passou a época.

6c- O que você lembra da chamada?

Começa com o "Hoje, em Fina Estampa", junto com a logo da novela. A mulher fala no telefone, alguém dá a informação de que o cara pode ter morrido, e aparece o carro capotando. Aí o locutor fecha de novo com o Fina Estampa, e com a logo da novela. Chamada padrão de novela. Abre sempre com a logo, desenrola a novela, e fecha com o locutor. Acho que é um padrão que já entrou por osmose no cérebro das pessoas. Isso a certo ponto é bom, é cultura de massa. As vezes você não pode jogar uma coisa muito sofisticada, porque o cara não vai perceber. Por ser uma chamada comum, a chance de você atingir um número grande de pessoas é maior. Apesar de ser quadrada, é eficiente com a grande massa.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Agora eu posso falar. Assisto sempre quando tem, independente de ser Botafogo.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
100%. O cara mostra lances do jogo, são dois times bons, que estão num momento bom. Só pelos times já é atrativo, é um Flamengo x Vasco. Por mais que eu seja botafoguense, eu não vou esnober um bom jogo de futebol. Só por ser um clássico, eu já me sinto mais atraído. Aí o Luiz Roberto entra falando de emoção, qualidade, técnica, raça. Palavras que motivam as pessoas a assistirem. Tem também a musiquinha padrão do futebol. Entra a logo do programa, depois a do Campeonato Brasileiro, depois o Luiz Roberto falando, depois os lances. Pra mim, já venceu.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Gosto dos momentos, dos dribles. Não é só o cara falar que vai ter emoção, técnica, raça, o cara mostra os lances também, um passe de calcanhar, mostra o Ronaldinho Gaúcho. Acho bom focar as chamadas nos craques. Acho importante aparecer a tarja com o horário do jogo. Acho maneiro o símbolo dos times. O futebol tem muita coisa maneira. Usar as imagens que são gravadas ali na altura do campo é muito maneiro. É um assunto que me chama muito mais atenção, que me prende muito mais a atenção. Se eu escuto a musiquinha do futebol, eu paro pra olhar, pra ver o que vão falar. Na do Altas Horas eu fico só escutando., na do Mais Você eu fico só assistindo. O que me desperta é o tema da chamada. Duvido que quando você escute a musiquinha do Plantão da Globo, que a pessoa não vá parar o que está fazendo para ver a coisa ruim que aconteceu. Você já se liga pra ver o que vai assistir. Todo programa tem uma marca sonora, e umas interessam mais do que outras, de acordo com os interesses das pessoas. A musiquinha do futebol me impacta muito mais do que a do Mais Você. Você pode estar fazendo alguma outra coisa, mas se você escuta, você se liga se for do seu interesse. Ao mesmo tempo que o cara tá jogando e fazendo o trabalho, ele tá escutando a televisão, e se for do interesse, ele para pra ver o que que é. Nada me incomodou na chamada, pra mim ela é 100%.

6d- O que você lembra da chamada?
Logo do Futebol da Globo, Logo do Brasileirão, coma aqueles raiozinhos. Fala alguma coisa como “hoje, Futebol na Globo!”, entra o Luiz Roberto, que começa a narrar, e fecha só com a logo do Futebol na Globo. Tem barulho da torcida comemorando alguma coisa também, com elementos fudas, que são dribles, passes, gols. O Luiz Roberto fala algo tipo “Clássico das Multidões”. Aparece as logos dos times, cita algumas palavras tipo emoção raça. Fala o horário.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
 Não. Não tenho o costume de ver tv. Me lembro vagamente de comerciais, e tal, mas chamada em si eu não lembro. Eu me lembro mais de futebol, que aparece os escudinhos do time, melhores imagens do time. Eu me lembro sempre daquela musiquinha animada da Globo, que sempre fala de futebol, daquela musiquinha de futebol, que é da Seleção, na verdade, mas eles colocam pra qualquer jogo. E eles colocam escudos dos dois times, e os melhores lances de cada time no campeonato, chamam pro horário, depois da novela, como sempre, ou domingo no meio do Faustão... e é isso.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
 Do altas Horas eu lembro de artistas falando "Vida inteligente na Madrugada", mas isso é mais uma deixa pra vir a propaganda, pra vir comercial no meio do programa. Um artista com fundo neutro do programa, que já tenha ido ao programa, que fala Vida inteligente de madrugada.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
 Eu gosto do Altas Horas. Eu não vejo sempre, porque não é sempre que eu tô em casa e não é sempre que eu tô acordada, mas quando eu tô e eu vejo que está passando eu vejo.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
 Acho que interessaria, mas não sei se exatamente o público que eles pretendem, porque isso é uma chamada bem Faustão, bem programa popular... Juliana Paes, musiquinha animada, igual a do Faustão, ele mostrando o D2 dançando com ela, pessoas animadas, uhull! Vida inteligente na madrugada eu acho uma chamadinha mais cult. Acho que chama sim, mas não sei se é exatamente o público. Chamada do Faustão é uma chamada popularesca, com a musiquinha clássica do Faustão, mostrando uma atriz que nem a JP, sabe?

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
 Eu achei a edição de imagens legal, eu acho que a musiquinha é meio ruim, sinceramente. A musiquinha a lá Faustão eu não gostei não, mas a edição.

6a- O que você lembra da chamada?
 Lembro de todo narrador de todos os programas de auditório, lembro da musiquinha de sempre, só que achei a edição legal, pegando pedacinhos legais da fala e misturando com a fala do locutor. Chamando pro programa, sábado. Não gosto do narrador, acho a voz dele muito popularesca, acho que dá um arzinho muito de programa assim... é gosto mesmo, não gosto mesmo, assim como tem gente que adora o Galvão e as vezes ele parece um pouco irritante. Arlindo, D2, Juliana Paes, uma musiquinha chata, que é sábado, um narrador com a voz animadinha de Faustão...vinhetinha do programa.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não costumo assistir Mais Você.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que não. Acho que as chamadas não são com assuntos muito atraentes... teste do barulho, tosse, sei lá... A receita pode ser até legal, tem gente que curte, o próprio público mesmo de dona de casa, mas não sei, acho que as chamadas podiam ser de assuntos mais legais. Achei desinteressante.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gosto do apresentador falando. Eu gosto mais do apresentador falando do que uma vizinha animada no fundo, não sei porque mas eu prefiro... Não exatamente gostei, mas eu entendo e acho que pede mesmo a vinhetinha no fundo, do Mais Você no caso, a musiquinha DO Mais Você, dá pra perceber a diferença. Acho que é necessário. O próprio louro falando com ela, um personagem do programa. Me incomodou no máximo a locução do cara, mas eu entendo que seja necessário também. Eu não gosto da voz do cara de animador de torcida, não acho muito legal. Acho que o timbre dele não é legal pra mim, mas talvez pra maioria que assiste a TV Globo seja legal. Eu gosto do cachorrinho, ela faz um programa pra donas de casa, e o cachorrinho faz parecer que o programa se passa na casa dela, e dá aquele arzinho de “Estou em casa conversando com a telespectadora”, mas ela não fala comigo. Eu não sou dona de casa, e não vou fazer o pudim de chocolate, infelizmente. Mas alguém vai, tem alguma dona de casa que vai fazer o pudim com o cachorrinho do lado.

6b- O que você lembra da chamada?

Lembro que ela falou do teste do barulho, lembro que ela chamou as reportagens que iam aparecer, e dá receita, que deve ser a principal, porque deve ter mais receita, né? Ela disse do teste do barulho, da tosse, e do pudim de chocolate... Foi falando com o louro, que falou coisas que não importam, mas só por falar. E deu aquele close no pudim pra tudo mundo ficar com bastante vontade de comer o pudim, e querer fazer o pudim, e ela com o cachorrinho no colo. Eu me interessei pelo pudim, no sentido de estou com fome. Mas pelo programa, eu não achei matérias muito legais, mas claro que deve haver em outros dias matérias que me interessariam, assim como essas devem interessar a outras pessoas.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Sou espectadora. Assisto sempre. As vezes perco sexta e sábado porque saí, mas eu assisto sempre Fina Estampa.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu acho. Porque quem assiste a novela vê o drama, a Lilia Cabral é uma ótima atriz, e tá ela lá, chorando e batendo no filho, e capotamento de carro, e a dúvida se ele morreu ou não, e a pessoa fica “Ah, será que ele morreu, será que não morreu”, como é que ficou o desfecho. E é uma chamada de uma situação que todo mundo estava esperando na novela – o Antenor ser desmascarado pela mãe.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gosto de começar e terminar com a logo, e a musiquinha da novela, acho legal. Porque é capricho mesmo, sei lá, pra situar a pessoa mesmo – a novela é essa, vamos falar da novela. É uma bobagem, mas eu acho legal. Acho muito necessário, até porque se a pessoa não vê a novela e ela olha “nossa, que legal! Tem capotamento de carro na novela!”, ela quer saber qual é a novela, e se ela não vê ela não sabe, como é que ela vai assistir? Eu gostei de deixarem a duvidzinha no ar no fim, dele morreu ou não. A novela é um terreno mais dramático pra colocar a voz dramática do cara no fundo, acho que é um terreno melhor pra isso. Eu acho que essa voz combina mais com uma novela, que é uma coisa mais dramalhão, do que com um programa como o Altas Horas, por exemplo, que é uma vida inteligente na madrugada. Acho que tem mais a ver com voz do cara, acho que atinge muito mais o público da novela do que o deu um programa de auditório mais inteligente, não é? O que me incomodou? Nada. Achei legal a edição de imagens, achei legal tudo... É a minha novela, eu estou louca pra assistir o comercial da novela, eu não vou desgostar do comercial da novela. Quando passa o comercial, é uma coisa de interesse pra mim, que nem o jogo do meu time. Se eu ouço aquela musiquinha de futebol, e eu ouço que vai ter um jogo, e se eu sei que é o do meu time, você já vê aquilo com outros olhos, você já vê aquele gol “Pô eu estava lá!”, eu vi o gol, eu apostei um chope, tem uma ligação mais sentimental comigo, entendeu? Claro que eu vou gostar do comercial da novela! Eu desgosto mais do comercial da Ana Maria porque é um programa que não me interessa muito, eu sou péssima de culinária, e eu não tô tossindo, e a minha rua não é barulhenta. Não tô nem aí, sabe?

6c- O que você lembra da chamada?

Lembro do Fina estampa no início e no fim com a musiquinha, lembro de cortes legais dando um resumo do capítulo, até chegar ao clímax na verdade, que é o “O Antenor morreu?!?!”, aí depois é que você vai descobrir, vendo a novela, se ele morreu ou não morreu, se tá no hospital ou se não tá, como é que ele vai fazer pra dar um jeito no carro que ele quebrou, e etc. Eu lembro dele no jantar da namorada, a mão dele desmascarou ele, fez um barraco, conta a historinha dele que fugiu com o carro, putado da vida, correndo com o carro, com aquela cara de mau, o Caio Castro é um péssimo ator. Aí ele tem o acidente, mostra o capotamento, a mãe preocupada, a irmã preocupada, o namorado da irmã preocupado com ela e com o carro do chefe que foi ele que emprestou e tal. E aí acaba com ela perguntando se ele morreu, e chamado o pessoal pra saber se ele morreu ou não, óbvio que não morreu!

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Muito. Extremamente, toda. Toda frequência. Qualquer jogo. A prioridade é do Flamengo, óbvio. Mas adoro um joguinho.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que eu as pessoas que acompanham o futebol. Claro que quem odeia futebol vai olhar isso e vai falar “Ai, Jesus, lá vem o meu marido querer assistir a essa porcaria, e eu quero ir no mercado. A chamada eu achei ótima. Acho que a voz do cara urgente combina mais com esse tipo de coisa, de um jogo animado, do clássico dos milhões tal, apelo dos craques de cada time, botam até a torcida gritando o nome do Ronaldinho, e os gols, as comemorações, o próprio locutor que vai trabalhar no jogo chamando a galera

pra ver. Acho que chama inclusive pessoas que não são fãs, porque o locutor dá os motivos pra pessoas ver o jogo – “É o clássico dos milhões! É o Campeão da Copa do Brasil contra o campeão carioca...”, a pessoa que não gosta tanto, mas que tem uma simpatiazinha de leve pode até pensar que o jogo vai ser legal, vai ser animado. Tem gente que gosta do clima de rivalidade, do espetáculo, e o cara convida mais pra um espetáculo do que pra uma partida de futebol.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gostei dos gols do Flamengo (risos). Gostei das partes do Flamengo, (risos) adorei as partes do Vasco, eu quero que todos morram. Não, eu achei bacana, eu acho legal chamar pra torcida, chamar pro ídolo deles, o Juninho, pro gol, pra eles terem sido campeões, sabe? O Vasco não vem de uma época muito boa, é legal pros cariocas os times estarem aparecendo de novo, sabe? O Vasco tá lá em cima, os outros times. Eles mostram como o Vasco está bem, como o Flamengo estava bem, um duelo de dois times que estavam bem, tá valorizando o nosso futebol. Eu gostei do locutor falando porque que o jogo vai ser legal, achei legal a edição das imagens também, com a torcida, e os gols, e o time animado, a animação do próprio jogador além da torcida, achei legal misturarem o grito da torcida, com a voz de ambos os locutores. Achei legal a música também, aquela musiquinha bem clássica mesmo, todo mundo tem aquela musiquinha na cabeça. A da seleção (cantarola) E a musiquinha do campeonato brasileiro também, que é uma batidinha mais animada, meio roque, no início, acho legal também. Nada me incomodou. Eu sou suspeita pra falar de futebol. Ver a chamada da minha novela e do jogo que eu quero ver é suspeito pra mim, são chamadas que de certa forma eu quero ver. Mesmo que não tivesse a chamada eu quero ver.

6d- O que você lembra da chamada?

Lembro da musiquinha mais roqueira, da batida forte animadinha do início, com o logo do Brasileirão da Globo, do futebol 2011 que eles mostram, e começam os flashes de jogadas dos principais jogadores, os dois locutores falando, o locutor do jogo chamando pro jogo, como cada time ;é bom, o que eles tem de bom, como vai ser, chamando o horário, o dia, e finaliza também com a musiquinha da seleção brasileira, e o logo do futebol 2011.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Lembro das chamadas de futebol. Música característica, com imagens dos jogos. Aquela musiquinha do Brasil, que sempre toca.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
De Fina Estampa, eu não lembro muito como é. Do Altas Horas tinha uma musiquinha também, mas não sei dizer, e do Mais Você eu não tenho a menor ideia. A música chama muita atenção, principalmente se for referente a algo que você não gosta muito, aí a música é a principal coisa que chama a atenção.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Nunca vejo Mais Você.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Dependendo da classe da pessoa, eu acho que sim. Eu não me interessaria, mas talvez a minha mãe se interessasse. Porque são assuntos que ela estaria disposta a perder tempo vendo televisão, eu não. Não é uma informação importante pra mim. Pra minha mãe, talvez seja mais útil.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Me incomodou a falta de lógica dos assuntos. Nada tem congruência, não tem uma sequência lógica. Eu acho que o interessante da chamada foi o diálogo entre o Louro e a Ana, acho que não deixa perder o foco. A musiquinha é calminha e tem a ver com o programa. Não teve um aspecto que tenha me agradado ou desagradado. O ponto negativo mesmo é o assunto, que não me agrada. Não assisto o programa por causa do horário, mas mesmo que estivesse acordado, eu não veria, porque trata de assuntos que não são pra mim.

6a- O que você lembra da chamada?
Começou com a musiquinha mais alta, depois foi pra logo do programa, depois da logo a Ana entrou falando sobre um teste do barulho em algumas capitais, o Louro entrou falando sobre o mesmo assunto, depois ela falou sobre tosse, e o louro deu uma tossida, depois entrou a imagem do pudim, e o louro falou sobre o pudim, e depois entrou a logo.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto. Já assisti, mas é tipo uma vez a cada 60 dias. (Cantou a musiquinha do Altas Horas) e marca muito também o lance do “Vida inteligente na madrugada”

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Eu acho que sim. Dependendo da faixa etária, acho que sim. O problema desse programa mesmo é o horário, acho que poucos tem disponibilidade pra ver TV nesse horário.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Gostei, achei ela bem alegre, convidativa. Mostrou o que ia ter no programa, os participantes. Eu não gostei do locutor, que é o mesmo de sempre. Está chato já, acho que ele poderia dar um enfoque melhor no que ia acontecer no programa. Acho que podia transparecer mais o que aparecer no programa. Também ;e uma chamada curta, são 19 segundos, não dá pra mostrar tudo, mas acho que tinha que mostrar mais o que cada um dos participantes ia falar. Acho que ficou muito vago, sabe? Apareceu todo mundo alegre e tal, mas não mostrou muita coisa. Eu gostaria de ver mais conteúdo, uma prévia melhor. Tem que chamar a atenção para o que vai ter no programa, ainda mais um programa que se diz ser a vida inteligente na madrugada. Pareceu ser muita festa, alegria.

6b- O que você lembra da chamada?

Começa com a musiquinha, mostra os participantes, a atriz vascaína, o Arlindo Cruz, o D2, volta pro apresentador, fala rápido sobre o que vai acontecer, e volta pro D2, mostro o Arlindo e termina com o Serginho.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não assisto Fina Estampa. Assisto junto com a minha sogra e namorada. Quase não assisto.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que a chamada é bem forte, mostra bastante coisa da cena. É específica de uma fase da novela, dessa confusão. Acho que quem acompanha a novela ia se interessar, pra saber se o maluco morreu ou não. Acho que quem assiste a novela se interessaria. Eu não sou de ver novela. Se eu assistisse essa novela, com certeza. Acho até que, mesmo que eu não visse esta novela, mas visse outras, e visse esta chamada, acho que me interessaria.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu acho que mostrar a crise da novela chama muito a atenção, de quem quer que seja. O drama, a situação complicada, a briga, a batida... faz com que as pessoas se interessem pela novela, pela história. O desconhecido, essa curiosidade, também chama muito. Dentro do contexto da novela, acho que tudo me agradou. Foi uma sequencia legal. A música pra mim foi meio que indiferente. O locutor narrou bem o que estava acontecendo. Eu, que tenho pouca informação sobre a novela, foi fácil de compreender.

6c- O que você lembra da chamada?

Eu não conheço os nomes, mas aparentemente a mãe do farsante descobre a farsa do garoto, que leva uma bronca. Aí a mãe da namorada dá um baita esporro, e expulsa todo mundo da casa dela. O garoto sai bolado da casa, e bate de carro. Aí a irmã dele, aparentemente irmão, liga pra mãe, a de macacão, e fala do acidente. Ela fica muito preocupada, e quer saber se ele morreu. Eu acho que morreu.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Eu vejo todos os jogos possíveis. Sou fanático.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu acho que sim. A chamada é bem construída. Eu tenho críticas em relação a chamada, mas acho que ela chama a atenção sim, principalmente dos que gostam de futebol.

Independente de ser vascaíno ou flamenguista, acho que as pessoas gostariam de ver.

Além de transformar o produto mais atrativo, acho que ela tem ser informativa, tem que aumentar o valor do programa. Essa chamada, eu acho que ela faria a pessoa continuar a ver TV.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

A minha crítica, eu acho que chamaram muita atenção pro Ronaldinho Gaúcho. Mas fizeram isso pro Vasco também, que chamou a atenção pro Juninho, que é o maior apelo do Vasco. Depois eles forçam nos outros jogadores de maior apelo, tanto pro Vasco, quanto pro Dedé. A crítica é justamente a repetição de imagens repetidas do Ronaldinho Gaúcho. Sei que é um apelo válido, mas acho que não deveria ser feito desse jeito.

6d- O que você lembra da chamada?

A chamada começa com a logo da Globo, depois a do Brasileiro. Aí faz a chamada pro jogo, o clássico das Multidões. Depois mostra imagens do Flamengo, depois as do Vasco, fala do Juninho, aí o Luiz Roberto faz a chamada pro jogo, fala dos times. Depois eles voltam a mostrar imagens do jogo das torcidas. Durante todo o período tem a musiquinha clássica do futebol da Globo, e depois termina com a logo do futebol da Globo.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Nas de novela passa algumas partes da novela, e geralmente é isso... Falam "a gente vê por aqui" – marca porque quando a gente ouve a gente sabe que é da Globo, o que mostra a força da marca, no caso da emissora.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
 Não consigo lembrar. De futebol, eles falam que vai ter o jogo, "Não perca, n sei que horas, Fla x Flu! Futebol, a gente vê por aqui!" Eles passam uns flashes de jogos anteriores. Chamada é tipo um comercial, não sei explicar. É o comercial de um programa. Tem que ter as principais coisas de um programa, o horário, o dia. Acho que só. Na novela, o que tem que mostrar é o tema principal, o s protagonistas. Do futebol, vão ser os gols dos jogos antigos, lances.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
 Eu assisto de vez em quando, geralmente só pra torcer pelo meu pai. Eu torço pelo time do meu pai.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
 Não sei. No meu caso, eu me interesso apenas pelos jogos do Figueirense, mas aqui no Rio não passam muitos jogos do Figueira. Eu não ligo muito pra futebol, tirando o time do meu pai.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
 Deu todas as informações que eu precisava saber, deus os lances, os gols, como eu tinha falado. A musiquinha de sempre, isso eu tinha esquecido, que eles sempre colocam. A musiquinha é uma marca deles, quando eles falam de algum jogo. É importante porque se eu não estou vendo televisão, mas se eu escuto, eu sei que eles vão falar de algum jogo. Eu presto mais atenção. Nada me incomodou.

6a- O que você lembra da chamada?
 Aí é tenso, hein? Começa com o desenho do escudo de cada time. Ele fala que o horário, domingo as 4 horas. E o time. Flamengo e Vasco? Aí aparece um gol do Flamengo, um gol de pênalti do Vasco, se não me engano. Aí aparece o Ronaldinho, o pessoal aplaudindo e gritando o Ronaldinho. E a musiquinha de fundo, e o locutor fala que vai ser um jogo emocionante.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
 Assisto Fina Estampa de vez em quando. Duas vezes por semana.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
 Com certeza. Passa as principais cenas, um assunto que todo mundo queria saber. E o acidente, as pessoas vão querer saber se ele sobreviveu ou não. Vão se interessar por curiosidade, para saber o que vai acontecer. Comigo eu não assisto porque sei que vai

acontecer algo importante, é mais porque eu tô em casa e não tenho outra coisa pra fazer. A televisão não me mobiliza assim.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eles pegaram as cenas importantes, eu vi esse capítulo, ele pegou as principais cenas, o barraco, todo mundo brigando, ela expulsando todo mundo de casa. E o Antenor sofrendo o acidente de carro. Elas chamam a atenção e fazem a gente querer assistir o capítulo. Nada me incomodou. Eu achei bacana a musiquinha sinistra de quando ela pergunta se o Antenor morreu. Dá um sentimento da cena, dá o clima da chamada.

6b- O que você lembra da chamada?

Então, Fina Estampa, nessa quinta feira! O narrador fala que a família descobriu a farsa do Antenor, eles mostram a briga, a Torloni expulsa a galera da casa dela. Aí ele fala do acidente de carro, mostra o carro capotando, aí aparece a Griselda falando "O Antenor morreu?!", e aí aparece o carro capotando de novo, e depois ele estirado no chão, e depois aparece a imagem da novela, a logo dela, né? E o locutor fixando que vai ser na quinta feira. Acho que era quinta. Tem a musiquinha da novela junto também. Aí tem a mesma importância do caso do futebol. Quando toca ela, você já sabe que vai falar dela. A musiquinha te chama. Você não está na sala, escuta a musiquinha, vê que vai começar o programa e vai pra sala pra ver. Isso acontece no caso do programa, mas acho que no caso de uma chamada, se você estiver curioso pra saber o que vai acontecer, acho que acontece também.

No caso dessa chamada, eu não acho que seja um entretenimento, acho que é só um comercial mesmo, é só pra deixar o espectador curioso. Acho que até há chamadas que entretendam, como aquelas de fim de ano, coma galera cantando, mas n sei se é uma chamada. Eu gosto de assistir, porque cada ano eles fazem uma diferente. Com essa chamada de novela não rola esse laço afetivo, acho que porque eu não assisto a novela com tanta frequência, mas tem séries, por exemplo, que quando eu vejo a chamada delas no ar, eu fico bem interessada e fico com vontade de assistir, ou de baixar a série. Eu paro pra assistir a chamada, quando é muito interessante pra mim, sabe? Se eu assistisse muito a novela, acho que aconteceria o mesmo com ela, acho que eu iria parar. Talvez, pra quem gosta muito, seja um entretenimento.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Nunca assisto Mais Você.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu não. Os assuntos não são muito meu interesse. Talvez a receita eu tenha interesse em ver, mas aí a gente pega no site. O conteúdo n eh pra mim. Mas tem gente que assiste e acho a chamada funcionaria. Pro *target* dela, acho que funciona.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu acho legal a própria apresentadora falando tudo que vai passar. Acho que causa uma aproximação, diferente das outras chamadas. Ela já passa o estilo do programa dela, né? Eu não sou muito critica, eu acho legal. É uma boa chamada.

6c- O que você lembra da chamada?

Não lembro dos assuntos, só do pudim. Sei que eles falam "Amanhã, no Mais Você", coma

logo do programa. Aí a Ana começa a falar, fala o papagaio. Ela fala mais um pouquinho, aparece a imagem do pudim. Aparece a logo e o horário de novo e fim.

É importante eles fixarem bem o horário e o dia, porque é a informação mais importante. Não vem nada muito negativo.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto Altas Horas. Nenhuma frequência, nenhuma vez por ano. Não lembro das chamadas.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que sim. Mostram eles dançando. Eu acho que se eu gostasse dos entrevistados, acho que eu me interessaria.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Acho que não apresentou direito quem ia. Não foi claro com os convidados. Eu achei muito cheia de corte. Foi muito picotada, sem o nome dos caras. A chamada tem q ser clara, e essa me deixou meio confusa. O clima parece bem festivo, pela musica animada, tudo muito colorido. O lance dos cortes dão essa impressão também, dão uma velocidade.

6d- O que você lembra da chamada?
Essa chamada eh tensa. Não lembro de quase nada. Aparece o Serginho falando No Altas Horas. A JP, acho que o D2, mostram eles dançando, muita música. Fala que vai ter muita música.

Acho que não incomoda porque eu tô acostumada. A gente vê isso desde sempre, é uma coisa que entrou. Acho que geralmente elas são boas, eu não assisto com meu muita crítica. Tem coisas que a gente olha, comparando com outros canais, e a gente pensa que a Globo realmente é bem melhor. Eu não sei se é porque já tô acostumada com a Globo, ou se é superior mesmo.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Vale a pena ver de novo? Hoje, em vale a pena ver de novo, com a musiquinha do SuperCine. A musiquinha do Michael Jackson, do vídeo show. Lembro dos bordões "Globo e você, tudo a ver!"

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? De futebol eu lembro, só do futebol. Tema musiquinha do futebol (Copa do Mundo). Especificamente nada que marque. Só a música que é marcante. A única frase é a "Hoje, no vale a pena ver de novo!"

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto o Altas Horas.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que sim. Me interessaria por causa da musica que eu achei bacana, e da Juliana Paes, pois dá a entender que ela vai revelar algo.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Nada me incomodou. Elas normalmente são familiares, te alguma maneira te conforta, não agride. O que eu mais gostei, sinceramente foi a Juliana Paes.

6a- O que você lembra da chamada?
O dia, "Sábado, no Altas Horas!", ele mostra os convidados, ele apresenta os convidados musicais, e depois repete o horário.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto Fina Estampa três vezes por semana, mais ou menos. Nos dias de semana.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Ah, sim. Mostra o drama, o desenrolar da novela.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Gostei de tudo. O acidente. Mostra um fato importante. O drama. Nada.

6b- O que você lembra da chamada?
Dessa vez ele não falou do horário, ele só falou Fina Estampa. Ele descobriu que o Antenor era um falsário, e em seguida ele pegou o carro e bateu lá, e depois ele dá o horário.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto. Uma vez por semana, quando tem. Independente de ser meu time.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
As pessoas que vão ver o jogo vão ver independente da chamada. Ela é um bom *reminder*.
No meu caso, o evento em si é o atrativo, "Ih, vai ter jogo e tal".

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Se fosse o meu time, eu curtiria mais os lances. O narrador (Luiz Roberto) é meio enfadonho, ele faz um papel de idiota ali.

6c- O que você lembra da chamada?
Não lembro se ele dá a data, mostra os times que vão jogar, o escudo. Mostrou lances do Ronaldinho, com a torcida gritando o nome dele. Se fosse com o Loco eu ia gostar. Idem com o Vasco. Depois vem o narrador falando qualquer coisa, da alegria. Aí passa mais alguma coisinha de lances, e depois o narrador fala alguma coisa e o horário de novo. Musiquinha no final, da Copa do Mundo, aquela familiar. No começo era outra, que eu nem dei bola.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Nenhuma. Vejo Mais Você muito raramente, quando acordo cedo e perco a hora do trabalho. Um por mês, vai, quando vou no dentista.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Sim. Porque as pessoas se interessam pela parte da culinária. A mim não interessa muito, mas eu vejo que normalmente a minha mãe se interessa. Se interessariam projetando o público do programa. Só a culinária me atraiu, eu assistiria.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
O pudim de chocolate, por me interessar por culinária. O que me incomoda é a cara esticada dela. Eu achei que ela ficou estranha depois da plástica. O lourinho é bacana, eu gosto dele. Mudou? Não era outra música? Sei lá...

6d- O que você lembra da chamada?
Essa eu lembro menos... Ela foi discutindo sobre os tópicos a serem abordados no programa. Não lembro, pois nenhum me interessou. Só lembro do pudim de chocolate, bonito com uma cerejinha cima, com umas raspinhas de chocolate. Não lembra de jeito nenhum dos outros tópicos do programa.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Consigo lembrar do plantão da Globo. A musiquinha, sempre associada a alguma tragédia. Lembro dos programas da Grande Família. Lembro da Música do Dudu Nobre. Novela eu não assisto, e não lembro das chamadas. Lembro das chamadas do Jornal Nacional, Globo Esporte e RJTV, principalmente das musiquinhas.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? Do Altas Horas eu lembro da logo, com a cara do Serginho saindo do O. Do Mais Você eu acho que vão passando umas imagens da Ana Maria Braga, com aquela musiquinha. Das novelas eu não assisto, então eu não lembro muito. De futebol, normalmente tem os patrocinadores, que eles vão mostrando junto com a música. Mostra bem rápido, um resumo do comercial dos patrocinadores.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa? O Altas Horas eu não assisto nenhum inteiro. Vejo uma meia horinha e mudo de canal.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? Acho que sim, mas aí vai muito do quais as pessoas que vão ser entrevistadas, dos músicos que vão tocar. Acho que esse tipo de programa tem um público que varia muito, de acordo com o que está no programa. Não é que nem futebol, que a torcida do time vai ver o jogo independente do adversário. A chamada me interessou, eu gosto de alguns dos artistas e me interessaria.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou? Eu gostei do jeito que eles fazem, de pegar só os melhores momentos de cada entrevista, de cada apresentação. Botar só os melhores momentos já te dá uma vontade maior de ver. A forma com que ele sintetiza o programa. Pegar uma parte engraçada que alguém falou, uma parte da música que todo mundo conhece e também colocar, acho que é isso. Não tem nada que tenha me incomodado.

6a- O que você lembra da chamada? Lembro que tinha o Marcelo D2, a Carolina Dieckman, um cara de barba que eu também não me lembro quem era. Tem aquele cara que sempre fala nas chamadas da Globo, que eu não sei o nome. E a musiquinha do Altas Horas, que eles põe no final, e os artistas.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? As vezes, de manhã. Minha mãe está lá vendo, aí eu passo e ouço, ou tô tomando o café na cozinha, mas sem pretensão nenhuma de ver Mais Você, é simplesmente porque está passando.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu, particularmente, não. Primeiro porque eu odeio esse papagaio, o louro José. Acho ele ridículo. Acho que a Globo dá uma forçada de barra legal de colocar ele, ;e muito sem graça. Pelo menos eu acho. Mas é muito do público, o pessoal que vê mais você é muita a dona de casa, um pessoal mais velho, eu acho, uma galera que gosta desses assuntos gerais, de curiosidades, de culinária. Eu Não me interessei nem um pouco. Pelo pouco que eu já vi do Mais Você, eu acho as matérias sempre muito parecidas, tipo, ele segue sempre um padrão... ou é uma coisa sobre saúde, ou é uma cultura inútil, meio que irrelevante. Tem a parte de culinária, que pra quem gosta de cozinhar, eu acho legal, já até vi algumas coisas que penso que devem ser legais de fazer, mas não tenho saco nenhum pra cozinhar, então nunca faria.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Acho que também a forma deles condensarem dela pegar e falar ali as principais coisas, mostrar qual vai ser a comida, uma imagem o mousse, sei lá, de chocolate... Acho legal eles darem essa resumida no que vai ter no programa, que são as matérias e o prato que ela vai fazer. Eu achei bem feito, em relação a estrutura. É bem montadinha. Do Louro José, ele é muito chato. Ela poderia mostrar uns trechinhos das matérias que ela falou, assim como mostraram a receita. Talvez se colocassem a imagem, talvez fosse legal.

6b- O que você lembra da chamada?

Lembro de duas matérias, uma sobre o teste do barulho, e a outra eu não lembro. Tinha a receita do pudim, também.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Mais ou menos. Sou flamenguista, mas não sou doente. Não faço questão de ver todos os jogos.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que com certeza. Acho que as chamadas de futebol são umas das melhores que tem, mais bem feitas. Se você ver a chamada, e achar que o jogo vai ser tudo aquilo que mostra na chamada, acho que qualquer um gostaria de ver. Eles colocam só os melhores dos melhores momentos, os gols mais bonitos, os dribles mais bonitos, e colocam a torcida gritando, e o narrador falando como vai ser o jogo, o Campeão Carioca e o da Copa do Brasil. Acho que as chamadas de futebol são umas das melhores que tem. São animadas e acho que chamam a atenção de qualquer pessoa, pelo jeito que eles colocam os lances, e filma a torcida... Qualquer pessoas que, pelo menos olhasse, iria se interessar. Acho que as chamadas da Globo de futebol costumam ser muito boas.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu gosto do Kleber Machado, acho que ele tem a voz boa pra chamar a atenção. A música que eles usam, acho que combina com o jeito que eles mostram os lances. Eu não gosto porque as vezes você fica com uma vontade danada de ver, o jogo, mas as vezes ela não reflete o que é o jogo, diferentemente dos outros programas em que a chamada é um resumo do que é o programa.

6c- O que você lembra da chamada?

Lembro do narrador falando das qualidades de cada time, lembro das imagens das duas

torcidas, lembro da edição dos melhores lances, do Ronaldinho e dos jogadores do Vasco. Lembro das músicas, que primeiro e um roque, e depois eles colocam aquela tradicional das chamadas, a musiquinha do Brasil. E a logo do Futebol 2011.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto Fina Estampa, nunca assisti.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Eu gostei. Acho que assim como a de futebol, se você olha a chamada, você fica com vontade de ver a novela. Eu fiquei com vontade de ver a novela. Porque eles colocam as partes mais tensas da novela, em que todo mundo vai ficar curioso pra saber o que aconteceu, e acho que você vendo a chamada você se interessaria.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu gostei disso, de eles terem colocado as partes mais críticas do enredo, mas sem revelar o final. Fulano de tal morreu??? + aparece ele lá desmaiado, caído dentro do carro. Acho que não tem nada que eu não tenha gostado.

6d- O que você lembra da chamada?
Lembro das cenas que eles colocam, da Torloni brigando com a Lilia Cabral, da musiquinha da novela, acho que deve ser a música da novela, do Dirceu falando. A música conversa com o que eles estão mostrando de imagens. O cara tá capotando, e eles colocam uma música tensa. Tudo ajuda a compor um clima pra que você fique interessado em ver. Eu acho o Dirceu falando legal. Já é uma característica marcante da Globo, a voz dele. Ele deve falar em todas as chamadas. A voz dele já é uma identidade – chamada da lobo tem o cara. Isso é bom porque sem ele ficaria estranho. Se não tivesse o cara narrando o que aconteceu, acho que ficaria vazio, meio que um buraco. Acho que no caso do futebol, é legar uma mistura, do narrador e do apresentador.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Lembro de das chamadas de futebol dizendo que vai passar na quarta a noite. Sessão da tarde que é sempre a mesa historinha...

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Passa os lances dos times que vão jogar, a voz do Luiz Roberto, falando sobre o horário e dia do jogo... De Fina Estampa passa o barraco da novela, a briga da novela, ou alguma coisa importante do próximo capítulo..., e deixa pela metade pra você assistir o resto, e fala que vai ser depois do jornal. As de Mais Você eu não faço a menor ideia. As de altas horas, passa os artistas que vão, o Serginho, e diz Vida Inteligente na Madrugada.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto Altas Horas, no máximo uma vez a cada seis meses, no Multishow, no dia seguinte.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que sim, porque as pessoas que vão no programa são interessantes, as pessoas se interessariam pelos convidados, porque não dá pra saber exatamente o que é o programa só pela chamada, então tem que apostar mesmo nos convidados.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Ela é animada, né? Tem o estilo do programa, que é animado, com uma musiquinha animadinha de fundo, todo mundo rindo, com expressão de estar lá se divertindo, e eu acho isso legal. Não teve nada que tenha me incomodado.

6a- O que você lembra da chamada?
Neste sábado, Serginho Groisman apresenta o D2, Ivete, talvez fale a hora e acabou.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Futebol eu assisto pelo menos uma vez por semana. Os jogos do meu time e da seleção.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Sim, é futebol. Primeiro porque é futebol, e 90% dos brasileiros gostam de futebol e assiste futebol. A chamada não precisa ser nada de genial... Depois porque é um dos maiores clássicos do Rio, e pelo menos por aqui rola um interesse maior pelo jogo. Quem não gosta de futebol, acho que não se interessariam. Quem não gosta de futebol, independente do jogo, vai preferir assistir outras coisas, que te interessem mais. Mas quem gosta de futebol, acho que sim, independente dos time. No caso do futebol, a chamada não precisa ser espetacular, o papel dela é informar, o evento por si só já vai criar o interesse.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu gostei do equilíbrio entre os times. Mostra as duas torcidas e os dois times, não prioriza...

6b- O que você lembra da chamada?

Primeiro mostra a logo do campeonato Brasileiro, falando Futebol. Aí ele anuncia os times, entra o Luiz Roberto falando que vai ser um clássico. Ele disse que vai ser um duelo entre o C. Da Copa do Brasil e o Carioca, que vai ser um jogo inesquecível, pra não perder, e que vai ser domingo as 4 da tarde. E falou alguma coisa do Juninho. Lembro da musiquinha, que já tá na cabeça das chamadas, acho bacana.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Vejo Fina Estampa 3 ou 4 vezes por semana. Depende.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que sim. Porque tem o acidente, porque tem a suspeita de que o menino morreu, porque tem briga, e as pessoas gostam dessas coisas, gostam de barraco. A chamada enfatiza, né? Isso provavelmente é uma sena da novela, que vai ter outras coisas, mas na chamada ela mostra o barraco.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Nada em especial. A musiquinha é a musica da novela. E a chamada é construída justamente em cima do barraco. Deixa uma coisa no ar. Quando eu vejo que vai ser a chamada do Fina Estampa eu me ligo pra saber o que que vai acontecer. Nada me incomodou na chamada.

6c- O que você lembra da chamada?

Anuncia Fina Estampa, e começa falando que o plano do Antenor deu errado, que a mãe da namorada quer ele longe de casa, mostra o acidente, e mostra a bigoduda com falando coma filha dizendo que ele pode ter morrido, Fina Estampa 9 horas.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não vejo nunca. Assisto mais o Bem Estar que o Mais Você.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Sei lá, pessoas da minha idade, talvez só pelo pudim. Porque fala sobre barulho e tosse, que não são coisas muito interessantes, e aí vem o pudim de chocolate muito cremoso... com uma frutinha vermelha em cima, e a Ana Maria falando que ele era muito cremoso.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

O que eu mais gostei foi do pudim. E achei que o louro interrompe a Ana no meio da chamada, e isso deixa meio confuso. E eu achei que fala de muitas coisas em uma chamada só. Fala podia ser dividido...

6d- O que você lembra da chamada?

Amanhã, no Mais Você, e aí ela fala do barulho, depois fala do SOS Tosse, e depois anuncia o pudim, e depois fala do Mais Você. O clima é mais caseiro, é só ela, como se ela estivesse na casa dela, dizendo "Ó, amanhã vem aqui e em casa e a gente conversa sobre isso.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Chamada da Globo? (Cantarola a musiquinha clássica do futebol) Tipo isso? Eu lembro de imagens de futebol, não sei.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
De Fina Estampa eu não lembro das chamadas, mas lembro da entrada. Das gêmeas.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto o Mais Você de vez em quando, pois acordo cedo. Talvez assista uma vez por semana, ou menos.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que não. Tosse e pudim? Já viu coisas mais interessantes... Estou falando dos assuntos, talvez alguém se interessasse, eu não. Não me interessaria por causa dos assuntos mesmo.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu gostei do cachorro no colo dela. A edição é padrão, eu já estou até acostumado. As logos bem trabalhadas...Não sei te dizer direito o que eu gostei ou não.

6a- O que você lembra da chamada?
Eu lembro dela falando da tosse e perguntando pro Louro qual vai ser a receita do dia. Basicamente foi isso.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Vejo futebol toda semana, constantemente. Todos os jogos não, mas dos times que eu gosto.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que sim, achei a chamada bem legal. Eu gosto que eles editem todos os lances principais do Flamengo e Vasco, acho que chama a atenção, acho maneiro colocar os dribles e gols.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Gostei de ver os lances, os gols, e da musiquinha no final (cantarola). Do que eu não gostei? Não tem muita coisa pra não gostar, não.

6b- O que você lembra da chamada?
Eu lembro deles falando sobre os times, do clássico, o clássico das Multidões. Mostram o Ronaldinho Gaúcho, gols. Da música de futebol da Globo. Teve o narrador falando, e acho que teve um terceiro narrador falando também. Acho legal essa variação de narradores.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
 Não gosto muito do Altas Horas, por causa do Serginho Groisman. As vezes eu vejo algumas partes.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

A chamada em si não tem nenhum problema, mas como eu não gosto do programa, acho que eu já fico com um pé atrás. Acho que sim, porque tem várias celebridades, Marcelo D2, Juliana Paes.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Eu não gostei... eu não gosto do Serginho Groisman, então eu vou implicar com ela. Acho legal eles terem usado o D2 cantando, a entrevista com a Juliana Paes. Achei legal porque eles tentaram mostrar o programa. Pra esse tipo de programa, tem que tentar mostrar um pouco do que vai acontecer. No caso das novelas, acho que as vezes eles mostram até demais, eu fico irritado.

6c- O que você lembra da chamada?

Lembro deles falando que passa depois do Supercine, e tem o Serginho Groisman. Não sei. Lembro que o narrador falava, e cortava pro Serginho. A música dessa chamada não me chamou a atenção. A música não é tão marcada quanto a do futebol. Eu gosto de escutar músicas conhecidas como trilha de fundo, acho maneiro eles tomarem esse cuidado, capricho.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
 Assisto Fina Estampa de vez em quando, mas não me interessa muito.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu não sei o que está acontecendo na novela, mas acho que eles fizeram uma pequena retrospectiva do que aconteceu no episódio anterior, e se eles fizeram isso, eu acho legal. É assim que eu gosto. A chamada foi interessante também. Eu já não assistiria, mas não tenho certeza se assistiria ela por causa da novela. Mais por não acompanhá-la.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Não sei do que eu gostei. Eu acho legal eles terem feito a retrospectiva. Acho mais importante falar do episódio anterior, só instigar e não entregar o que vai acontecer. Eu não me incomodei com nada. Acho positivo o suspense que eles criam.

6d- O que você lembra da chamada?

Lembro das duas principais atrizes discutindo, depois mostram a namoradinha chorando, depois mostram ele capotando.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Sessão da Tarde. Essa galerinha vai entrar em altas confusões. Todo dia é igual. De futebol, depende do jogo. O Cara tenta glorificar. Eles mostram os caras jogando bola, aquela musiquinha que eles inventaram na Copa de 94.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Não lembro de chamada de Fina Estampa. De Altas Horas eles mostram trechos do programa que já está gravado, com aquela musiquinha do Altas Horas. A música é feita pra isso, pra marcar. É um trecho de música curto que é repetido várias vezes, você acaba ficando com ele na cabeça. O que é Mais Você?

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Do Mais Você? Não, nunca.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que o tema pode interessar as pessoas de São Paulo e Minas Gerais, pelo tema do barulho. Ou as pessoas que tussam, ou os gordos que queiram fazer o pudim. Eu não me interessaria porque não estou ligando para o barulho de MG. Se o teste fosse no RJ, eu também não ligaria. Não estou ligando pra tosse também. O pudim me interessa. Se fosse bom, eu buscaria a receita na internet.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Eu achei legal eles mostrarem logo os temas do programa. Sem delongas. Eles disseram o que vai rolar no programa e eu acho isso importante. Pessoalmente, eu gostei do pudim. Atinge a todos. Eu não desgostei de nada. Eu gostei da chamada. Pareceu boa, bem feita.

6a- O que você lembra da chamada?
Começou com a Ana Maria Braga, falando que o programa vai estar ótimo, o que é óbvio. Porque no dia que a mulher levantar e falar que o programa está mais ou menos... Ela falou dos temas, apareceu o Louro José. Apareceu o pudim. Não tinha narrador. A música.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto nada, nenhuma novela dos últimos 10 anos.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Acho que as pessoas que acompanham a novela, sim. Ela tem um pouco pra todo mundo, vai ser um episódio emocionante, vai ter porrada, vai ter morte. Aparentemente, vai acabar algum tipo de farsa, a menina bonita vai chorar, o cara vai sair esquentado e vai capotar o carro, possivelmente morrer, o que só saberemos assistindo o episódio. Óbvio que ele não vai morrer, mas...

Eu não fiquei interessado porque é complicado. Se eu fizer um anúncio lindo de chuva de bosta você vai querer participar? É complicado, né?

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Gostei da confusão, eu gosto de ver confusão. Essa tinha narrador. Ele falou “Em Fina Estampa!”, e largou na mão da galera. Não tenho nada pra criticar.

6b- O que você lembra da chamada?

Entra com o narrador, junto com a música da novela. A mulher de cabelo preso e macacão do Slipknot pulou em cima do maluco pra bater nele, aí a Torloni disse que era dia de fim de namoro, bebê. O Caio Castro pegou o carro e capotou, a menina chorou. Alguém pegou o telefone desesperada, e ficou no clima “de ele morreu?”

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto futebol sempre que estou em casa e está passando.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Sim. De certa forma, segue o mesmo padrão da de novela. Entra o narrador, ele anuncia que vai ter uma história, que dessa vez é um jogo, o Flamengo x Vasco. Apresenta o que que cada um é naquele contexto, e fica a curiosidade pra saber como vai ser o final. Só faltou a menina chorando. O evento por si só consegue carregar muita gente, mas o anúncio consegue moldar qual vai ser o clima do jogo. Se o cara aparece falando que vamos ter um Flamengo x Vasco, valendo absolutamente nada, o jogo perde apelo. Acho que o enfeite afeta uma parte da galera, ele cria um clima. Não acho que converta ninguém que não gosta a ver, mas acho que altera o clima do jogo. De repente o cara vê e pensa que pode ser bom. As vezes a chamada consegue criar um clima pra um jogo que não vale absolutamente nada. Toda hora tem um jogo que não vale nada. Mas eles tentam sempre colocar um valor naquilo “Valendo uma vaga na Sul-Americana”, “Valendo um pote de bolinhas de gude!”, e é importante.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Acho que o futebol é muito simples pra esse tipo de coisa. Você coloca imagens dos jogos, da torcida. Achei a chamada muito flamenguista.

6c- O que você lembra da chamada?

Entra o narrador. O cara tá em todas. Aparece a logo do Campeonato Brasileiro. O Luiz Roberto fala dos jogadores, descreveram a performance dos times no campeonato, dando uma enaltecida, e no fundo rolavam lances e a torcida.

Prestar atenção nas chamadas de programas que você gosta é natural, é fato. É memória afetiva. Porque você lembra dos dribles do Fifa e não lembra das fórmulas de física? É memória afetiva, você quer aprender aquilo. Aquilo te interessa, então você presta uma atenção maior sem escolher, naturalmente. Não é uma escolha que você faça, ela simplesmente acontece. Aquilo te chama mais atenção, você presta mais atenção.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não vejo Altas Horas. Nunca.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Sinceramente eu acho que nesse caso não. Ele deu uma descrição generalizada do programa, você não sabe o que vai ter nesse sábado no Altas Horas. Ele não indicou se o pessoal que apareceu é o pessoal que vai nesse sábado, ou é dos programa passado. Rola uma falta de informação. Foi falha, foi diferente da Ana Maria Braga, que falou que íamos ter isso, isso e isso. Não falou que vamos ter Marcelo D2, falando das pessoas bonitas, da Juliana Paes. Ele simplesmente botou na tela e se vira aí pra entender. E seu eu fosse cego? Eu não ia ter a menor ideia de como ia ser o programa. O que que vai ter no programa e o que eles vão falar, eu não tenho a menor ideia. Pela animação, você nota que o clima é descontraído. O pessoal levanta, dança, canta.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Acho que ela passa o clima do programa. Ela consegue fazer isso, que é animado. Eu acho triste o Altas Horas.

6d- O que você lembra da chamada?

O narrador falou No Altas Horas. E depois entrou cenas do D2, falando das pessoas bonitas, a JP, e tudo que acontece, apareceu uma galera, o Arlindo Cruz, mostrou que vai ter música, o Serginho dançando com a Juliana Paes.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?
Das novelas. Tem pedaços do capítulo, das partes importantes. Eu fico ansiosa pra ver. Tem as dos filmes também, depende do filme. Se é um filme que eu não conheço, pode interessa, mas na maioria das vezes eu já conheço. Os da sessão da tarde são uns filmes mais sem graça. Nem a chamada adianta pra me atrair.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?
Altas horas me lembro do Serginho falando, do que que vai rolar. Fina Estampa sempre tem uns barracos, e os barracos me deixam a fim de ver. Porque a gente gosta de barraco, normalmente, todo mundo se interessa por um barraco. Futebol eu me lembro da bolinha rolando, a voz da Globo dizendo sobre o jogo. Sempre a mesma voz. Do mais você eu lembro da Ana Maria Braga e o Louro Falando, na de marcante. Nas de futebol normalmente aparecem imagens dos principais jogadores, alguma coisa de especial que eles tenham feito.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?
Só quando tem alguma especial, ou do meu time (não sempre), ou meu irmão estando ansioso pro jogo. Ocasional, não faço questão de ver.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Ainda é um Vasco e flamengo, chama a atenção mesmo. Ainda aparecem o Juninho e o Ronaldinho gaúcho, são dois jogadores interessante. Clássico das Multidões, rola uma rivalidade legal. Pode sair algum barraco legal no meio do jogo.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Difícil... Eu gostei das imagens dos jogadores. Eu gosto mais da voz, porque é familiar. Gosto da musiquinha da Copa, lembra um grande jogo. Parece uma competição importante por que é uma música da copa. Nada chegou a me incomodar. Aquela bolinha dizendo que e Vasco e Flamengo, mas é uma informação importante.

6a- O que você lembra da chamada?
Brasileirão. A bolinha rolando. Os jogadores Ronaldinho e Juninho, e o Luiz Roberto, e a Voz.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Não assisto o Altas Horas. Muito de vez em quando eu assisto. Porque é tarde. A essa hora eu prefiro assistir algum filme, se estiver passando. Procuro algum filme na TV a cabo. As vezes tem até uns convidados interessantes, mas eu não me interesse pelo formato do programa. (debate com plateia)

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Sim. A música é legal, os artistas são interessantes... mas sei lá, se fosse num horário normal. Pra mim não tem nada de especial, nada de diferente do Huck, ou do Amor e Sexo. Já tem o que os outros programas tem... Artistas convidados dando entrevistas. Não vejo tanta graça no Serginho.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Gostei da música do D2 cantando um samba do Arlindo Cruz, esse inesperado. Eu gosto da musiquinha do Altas horas, e o Serginho saindo como um Cuco na logo do Altas Horas. Eu gostaria de assistir a parte do D2 com o Arlindo Cruz. O resto não me encantou, eu gosto da parte musical do programa, mas não é só isso. A participação do público é meio boba. EU não me interesseo pela Juliana Paes. Se mostrasse mais música eu ficaria mais interessada.

6b- O que você lembra da chamada?

O Cuco, o D2 cantando Arlindo Cruz, e a Juliana Paes falando, o Serginho anunciando eu não sei o que...

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não, não tô acordada ou então já saí. Mas todo mundo tem seus dias de Mais Você. As vezes você acorda cedo, não saiu, ou ficou em casa. Sempre acaba assistindo Mais Você em algum momento.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Não... Eu nem lembro a primeira coisa que ela falou. O Negócio de tosse é superchato. E tem o programa Bem Estar, que já é sobre saúde, com uma forma interessante de apresentar. Pra mim é repetitivo. O pudim é claro que chama a atenção. Mas eu não quero saber como se faz o pudim, mas sim comer. E o louro já tá over. EU tô de saco cheio dele. N acho que ele tenha que sair do programa, mas dá uma diminuída. A Ana Maria Braga não fede nem cheira pra mim. Mas é uma pessoa falando comigo com uma voz normal. Não é o louro com aquela voz esquisita... O legal do Mais Você é quando ela faz uma viagem. Gosto da casa do Mais Você, daquele cachorrinho que fica passeando. É um negócio espontâneo, sabe?

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Do pudim. O Louro me incomodou, porque ele é chato, já tá batido. A música também não é legal, eu não gosto da música do Mais Você.

6c- O que você lembra da chamada?

Ela anunciando, mas não lembro do que ela estava anunciando, mas estava falando das atrações, o Louro falando. O pudim, e a musiquinha. Acho que ele falou do pudim. Só lembro dela falando da tosse. Ela falando da receita.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Sou, gosto de fazer trabalho enquanto assisto a novela. Vejo quase todo dia. As vezes não assisto porque não estou em casa, mas geralmente estou em casa e assisto.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Sim! É um barraco, com revelação. É legal quando as novelas não ficam enrolando mito pros personagens fazerem as descobertas. A novela acontece. Normalmente eu já sei o que vai acontecer na novela antes, por causa da internet. Mesmo comigo já sabendo, porque a chamada contou a parte principal da novela, eu fico ansiosa pra saber o que aconteceu. Mesmo assim eu quero ver mais, ver as imagens do que aconteceu. Ver como de desenrola. Mesmo já sabendo como vai acontecer, porque a internet revela, eu quero ver na novela, como fica, os detalhes. Os programas podem mostrar o que vai acontecer, mas na novela isso é padrão, tipo o “oque vem por aí”, que todo site de novela tem. Novele até um negócio que você pode ver enquanto faz outras coisas. Me distrai mas me permite fazer outras coisas.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

A Grizelda brigando com o filho. Falando as verdade pra ele. A Tereza Cristina gritando não... mas sim a parte da justiça, que você fica esperando pra ser feita. Eu gostei dela descobrindo e falando pra ele. Essa chamada chama atenção porque mostra uma coisa que a gente estava esperando pra acontecer desde o inicio da novela. E aí eu quero ver a repercussão que isso vai ter no restante da novela. É um marco na novela, e eu quero ver como isso vai alterar a história. Pensou bastante. Não. Acho que não teve nada que me incomodou.

6d- O que você lembra da chamada?

A musiquinha... é a musiquinha do novela. Eles pegam uma parte de uma música conhecida e colocam. É como se criassem uma marca, você reconhece que a chamada é da novela pela musica que abre e fecha a novela. E eu lembro do barraco, a Grizelda empurrando o filho, a Torloni, fazendo o barraco, a Patrícia brigando dom ele, o locutor falando do acidente, o acidente, a Grizelda preocupada com ele, e a musiquinha no final. (Lembra de tudo)

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? De futebol. Anunciando o jogo de determinado time, e o horário que vai acontecer o jogo. Se eu escutar a música do futebol eu vou ligar à chamada. Quando eu escuto música de determinado programa, não necessariamente é a chamada. Chamadas de filmes, que são tipo um trailer do filme. Ele fala das características do filme, se é suspense, se é de ação. A música é do programa, e não da chamada. Se eu não estiver prestando atenção, e eu escutar a música do vídeo show, eu vou sem olhar pra televisão eu saber que é a chamada do vídeo show. Se tocar a música do futebol, eu vou prestar mais atenção porque futebol me interessa. Se tocar a música do Faustão, eu percebo, ou sequer percebo.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? Mais você me lembra a Ana Maria Braga dizendo o que ela vai contar no programa dela. Mas há muito tempo eu nem vejo chamada da Ana Maria Braga. Do Altas eu me recordo do rosto do Serginho falando dos convidado que ele vai receber. Questão de música eu só me recordo do futebol. Fina estampo ele conta o que vai acontecer no capítulo, e diz a hora, mostra a logo da novela. E vai dizer o que vai rolar na história.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa? Assistio pelo menos uma vez por semana, independente do time que esteja jogando.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? De maneira diferente, acho que não, porque já é rotineiro. Eu já ia assistir de qualquer jeito. Pra mim serviu pra me lembrar que vai ter o jogo, só pra me lembrar.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou? Saber que vai ter futebol no domingo. Realmente chama um pouco de atenção ele chamando o campeão carioca e o campeão da Copa do Brasil, mas eu não vou ver o jogo por causa disso. Nada me incomodou.

6a- O que você lembra da chamada? Eu lembro dos ídolos aparecendo, do Luiz Roberto, imagens da torcida, coisas que chamem a atenção. Chama pra hora, pro dia. Mostra gols e tal. A musiquinha.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Não assisto nunca o Mais Você. Sempre já estou na rua. Não vejo nunca.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? Acho que a chamada pode ser atrativa pro público dessa chamada. Pra mim...

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou? Do pudim. Eu gostei também do bom humor do louro. Ela sentadinha na cadeira, a

apresentadora convidando pro programa. Cativa. Os assuntos incomodaram. Falar sobre tosse, coisas de pouca importância.

6b- O que você lembra da chamada?

Lembro que fala do pudim, da tosse, e da... Não lembro. Me lembro que ela não falou da hora, ela só mostrou escrito. O que chamou mais atenção foi a voz do locutor chamando. Não ia me atentar muito a essa chamada, porque não é um assunto que me interessa tanto. O pudim tinha uma cereja. Me chamou mais atenção o pudim do que o que ela falou.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Assisto Fina Estampa umas 3 ou 4 vezes por semana.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Sim. Pq são muitas informações, e é polêmico. As pessoas acabam o capítulo anterior querendo saber o que vai acontecer no próximo, e a chamada dá uma palinha do que você vai ver.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Ver o que eu vou ver daqui a pouco. Gosto porque dá uma matada na minha curiosidade. E a outra coisa é que se eu perder a novela, nesse estilo de chamada eu consigo ver um pouco do que aconteceu. Nada me incomodou. Eu tô acostumado, o senso crítico nem liga.

6c- O que você lembra da chamada?

Ela começa com a logo do Fina estampa, a pessoa começa a prestar a atenção. É um assunto de interesse. Me refiro mais ao cara falando Fina Estampa. Depois ela conta o capítulo, a discussão, o acidente, e o gancho da chamada.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
É muito raro eu ver o Altas Horas.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Foi mais rápido do que as outras. Menos informações, mas anunciou o que eles tem pra dar. Mostrou a alegria, todo mundo feliz. A Juliana Paes, o D2, música, muita dança. Acho que as pessoas se interessariam, porque parece que as pessoas podem se divertir vendo esse programa. O que é ruim é o horário do programa. Desanima saber que é tão tarde.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Ver o D2, eu simpatizo com ele, e pelo que ele transmitiu. Eu veria o programa se estivesse acordado. Boa música. O Serginho é um cara bom também.

6d- O que você lembra da chamada?

O símbolo do Altas Horas, com a cara do Serginho saindo do Ó. Fala que é sábado a noite, e diz gente bonita e inteligente. Ele não chega a anunciar que vai ter D2 e Juliana Paes, mas mostra os caras. Aí entra a música, e é isso.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo?

Me vem na cabeça várias chamadas de filmes da Sessão da Tarde. É sempre engraçado, o resumo dos filmes é sempre mais divertido nas chamadas do que o filme, propriamente. Eu não lembro exatamente o conteúdo, mas eu sei que é repetitivo, assim como os filmes que passam. Ontem passou Lagoa Azul.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas?

As chamadas de novela, geralmente eles comentam e resumem o que vai passar no capítulo, ou alguma coisa muito importante que vá acontecer. De futebol eles tentam dar importância ao jogo, é sempre “Hoje nós temos o clássico do ...”, não sei direito o que eles mostram. Do Altas Horas eu não me lembro, e do Mais Você eu acho que deve ter sempre a Ana Maria Braga falando.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa?

Não assisto o Mais Você, vejo esporadicamente, quando estou tomando café e minha mãe está vendo. Eu não vejo muito nas TV, mas eu curto o conteúdo, busca na internet as vezes.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Acho que sim. Porque tanto a Ana Maria quanto o Louro são muito carismáticos, são muito pra cima, então passam a ideia de que o programa vai ser uma coisa boa, sabe? E a chamada passa isso, através dessa conversa entre os dois. O Mais Você pra mim é isso, uma conversa de café da manhã, da família.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

A sonoridade é compatível com o que se quer mostrar. A edição é legal também, e a Ana Maria Braga está consonante com o clima da chamada também. Eu gostei do pudim (risos), eu sou comilona! Não desgostei de nada.

6a- O que você lembra da chamada?

Não consigo lembrar de tudo. Sei que eles começam com uma música e a logo do Mais Você. Depois a Ana fala de uma reportagem que não tem a ver com cozinha, ou na da disso – é uma pesquisa. Depois ela fala de outra coisa, que eu não me lembro, e depois ela pede pro Louro falar da culinária, e aí aparece o pudim.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Vejo pouco, n chega a ter uma frequência para ver Fina Estampa.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu acho que funciona assim hoje em dia: a gente vê a chamada, se interessa pelo assunto, e comigo, pelo menos, eu não vejo a novela por conta disso. Eu sei o que acontece na

chamada pelas coisas que eu vejo nas chamadas e pelas coisas que leio na internet. Eu me interesso pela novela, mas não preciso assistir o capítulo, eu posso matar a curiosidade de outras formas. Eu sei que a Griselda ganhou na loteria! Eu sigo o Bem Estar no *Face Book*, por exemplo, e vejo também as chamadas do programa. Quando tem algum assunto, alguma temática que me interessa, eu vou atrás desse conteúdo. A gente não tem tempo pra ver televisão, e não assisto o programa na íntegra. Eu acabo procurando só os conteúdos específicos. A chamada não me faz ver o programa, mas ela me desperta o interesse pelo conteúdo, e eu posso acessar isso de outras maneiras, pela internet. Quando passa algo que me chama atenção, eu me foco naquela narrativa, eu tenho esse hábito. Ainda mais quando você tem maior familiaridade com o assunto, você tem mais tendência a buscar informação sobre isso, isso é o que te chama a atenção. Quando tem a chamada do Fina Estampa, eu acabo prestando atenção pra ver se vai ter alguma coisa do meu interesse. Não sei te dizer se tem algum elemento técnico que ajude nesse processo.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Nada que tenha me chamada atenção negativa. Essa chamada em específico, é uma chamada muito forte, um bom resumo do suspense que vai acontecer. Isso é bom pra chamada. Cria uma expectativa. Eu acho que as pessoas tem problema de tempo, então elas precisam de algo mais mastigado. Então esse tipo de pessoa ganha tempo com esse tipo de chamada, pois fica por alto do que está acontecendo sem precisar ver necessariamente o capítulo

6b- O que você lembra da chamada?

Começa com a Griselda descobrindo a farsa do Antenor, depois a briga entre as famílias, com a namorada dele. Depois ele sai de carro, bate, aí a irmã liga pra mãe pra dizer do acidente, e termina a chamada com ela perguntando “O Antenor morreu?!”. Antes das cenas eles mostram a entrada na novela, com a musiquinha da abertura.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Nunca vejo Altas Horas. Se eu assisti uma vez nesse ano foi muito.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Se a pessoa está em casa no sábado, e assiste essa chamada, eu acho que ela acaba se interessando sim. Eu não sei se ela vai assistir por isso, mas acho que é capaz. Isso porque, primeiro, ela apresenta os convidados, que são personalidades de apelo, que você reconhece. Mostra um pouco das entrevistas, então você se interessa um pouco pelo conteúdo.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Achei legal, gostei, mas não é nada de mais. Não achei forte, nem ruim. Também não teve nada que eu não tenha desgostado.

6c- O que você lembra da chamada?

Aparece a entrada do programa, com a musiquinha, fala dos convidados, mostra um pouco do conteúdo das entrevistas, e depois mostra as performances dos artistas que estão lá. Lembro do Marcelo D2, tinha uma dupla sertaneja também. A Juliana Paes também.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?
Eu vejo futebol, não muito, mas assisto mais quando são jogos do Flamengo ou do Vasco.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Eu acho que quando a chamada é de um clássico você fica mais empolgado. Eu me interessaria com certeza, é muito apelativa. Você mostra a imagem dos dois times que são rivais, e mostra os dois craques, dos dois times, sabe? É muito empolgante, principalmente pra quem é torcedor fanático, chama muito atenção. Quem não é torcedor, ou fã de futebol, eu acho que essa chamada tem mais apelo junto a esse publico geral, por causa dos times envolvidos.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
Gostei do meu time, e fechou com a imagem do Flamengo, e não com a do Vasco, pra deixar bem claro quem é mais importante. Eu acho que eles tentaram criar uma tensão ainda maior pra quem vai ver. Os dois times, os craques, e eles vão se enfrentar, é uma batalha final, tem um peso maior pra chamada. Não gostei do Vasco, claro.

6d- O que você lembra da chamada?
Começa falando dos times que vão se enfrentar, o Campeão da Copa do Brasil contra o Carioca, e mostra o Ronaldinho, depois o Juninho. Depois mostram várias cenas da performance dos dois times, e acaba com o time do Flamengo comemorando um gol. Toca pra frente Brasil? Não é pra frente Brasil? Ah, e=é a musiquinha da Seleção. Tocou mais uma música também. Quantos narradores? Um, eu acho. Uma voz só na chamada inteira, o cara que narra futebol.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Lembro do Globo esporte, do Jornal Nacional. No GE é mais o jeito do Escobar (apresentador), com que ele fala as coisas, as novidades. Ele tem um voz chamativa, a gesticulação dele também chama a atenção. Do Jornal Nacional eu lembro mais da vinheta, quando ela toca você já meio que acorda.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? As chamadas de novela eles falam o que vai ter de novo no capítulo, é bem curta, fala pra não perder o capítulo. Não guardo muito não, porque acho que não estou em casa no horário que passam essas chamadas.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa? Só vejo o Altas Horas quando estou muito cansado do trabalho, e tenho que trabalhar no domingo. Muito raramente. Um por mês no máximo, as vezes nem isso.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? Acho que o tom de animação do locutor é muito distante do tom do Serginho Groisman, achei uma quebra. Mas acho que a chamada ficou boa, porque as frases dos convidados foram legais, e a música também. A chamada passou bem a ideia desse programa, não do que é o Altas Horas, até porque o Altas Horas modifica muito a sua cara de acordo com os convidados.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou? Eu gostei da edição, casou bem a fala dos convidados com o que o texto das chamadas estava propondo. Gente animada, música, eles cantando, o timing foi certo e as frases foram boas. O que me incomodou foi a diferença entre a chamada do narrador e o tom do Serginho.

6a- O que você lembra da chamada? O locutor começa anunciando o que vai ter no Altas Horas, neste sábado, e intercalado com a voz do Serginho. Aí aparece o Marcelo D2 falando que vai ter gente bonita, ele é um dos convidados, e depois que ele fala isso aparece a Juliana Paes, que é outra convidada. Depois o narrador fala que vai ter muita música, e aparece o Arlindo Cruz cantando com o D2, e vem o encerramento, falando para não perder neste sábado.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Assistio Fina Estampa umas duas ou três vezes por semana, enquanto janto com meus pais. Eu gosto.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa? Pra quem assiste, eu acho que a chamada é boa, porque tem cenas fortes. É mais pra

quem já assiste, não sei se qualquer pessoa, mesmo os que não assistem, se interessariam. Eu me interessei, por saber mais ou menos o que está acontecendo. É uma chamada forte, pra quem assiste é boa sim.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Gostei da carga de drama, que é o que uma chamada de novela tem que ter, não? Acho que a chamada contou demais, ela deveria ter deixado mais pro capítulo. Ela deu a briga, a fuga dele. A única coisa que ficou no ar foi o acidente. Acho que eles podiam ter encerrado de outra forma, porque o clima dela é muito pesado, e a vinheta final é suave demais. Acho que o corte teria que ser mais seco.

6b- O que você lembra da chamada?

Anunciou "No capítulo de hoje", aí aparece a discussão da Griselda com o filho na casa da Teresa Cristina. Aí ele sai chateado da casa, nervoso, e acaba sofrendo o acidente de carro, que deixa todo mundo nervoso e preocupado.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não vejo muito, geralmente quando estou saindo de casa, a primeira meia-hora. Eu tenho uma ideia de como ele acontece, porque vejo alguns trechos.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Eu acho que esse programa é muita mistureba. O programa fala de tudo. Antes era mais caseiro, mas agora é muito de variedades. Acho que a chamada n tem o mesmo apelo da de novela. É ela sentada, parada, conversando com o Louro. A participação do locutor é nula. A voz dele tem mais impacto. Tem a ver com o clima, mas eu não achei muito chamativa.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Achei ela normal, nada que tenha me atraído. Eles deveriam ter usado imagens das matérias ao invés de deixar na Ana Maria falando o tempo inteiro. Ficou muito parada. Acho que isso atrapalha, muito monótona. Acho que a chamada tinha que ser mais animada.

6c- O que você lembra da chamada?

O narrador fala que vai ter o Mais Você, aí entra a Ana Maria anunciando as matérias. A primeira é uma comparação entre algumas cidades, depois ela fala de outra coisa que eu não me lembro bem. Tinha que ser mais impactante. Depois aparece o pudim. Eu achei a chamada fraca. Se tivessem intercalado a voz dela com as imagens das matérias, de repente ficava melhor.

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Vejo futebol sempre, graças a Deus.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Com certeza. Porque mesmo quem não é torcedor, a chamada é vibrante, como pede uma chamada de futebol, o texto é bom, as imagens são boas, mostra as torcidas. Mostra que não é só mais um jogo do campeonato Brasileiro, a chamada vendeu muito bem o que vai ser o jogo. Ele enaltece os times, mas é muito mais forte por ser um clássico. Foi bem vendido.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Talvez o casamento entre imagens e som. O Luiz Roberto chama atenção, a voz dele cativa. Eu achei que casou bem o barulho das torcidas, as vinhetas, com os lances. Acho que foi isso que mais chamou a atenção. Tem a vinheta inicial, de quando tem um jogo do Brasileiro, e tem a musiquinha clássica de futebol no meio e final. Tem o barulho das torcidas. De ruim, acho que nada me incomodou.

6d- O que você lembra da chamada?

Mais ou menos. Eles falam que vai ter uma rodada do Brasileirão, depois aparecem algumas imagens de jogos anteriores. Aí aparece o Luiz Roberto anunciando o clássico, aparece a bolinha girando com os emblemas dos times, depois umas imagens do Ronaldinho, com barulho da torcida, e ele fazendo gol de falta do jogo contra o Santos, aí o Luiz Roberto vem falar que é um jogo importante, o clássico das Multidões, aí ele fala que são os campeões do Carioca e Copa do Brasil, mostrando imagens dos times, e vem a outra vinheta, falando do horário, mostra umas imagens, e depois encerra.

Entrevista

1- Você consegue se lembrar de alguma chamada de programação da Rede Globo? Só me ocorrem mesmo as tosqueiras da sessão da tarde – As turminhas enfrentando altas aventuras. Lembro de uma de futebol que impressionou, umas coisas diferentes e depois o Ronaldinho chamando pra ver o jogo do Flamengo. Lembrar mesmo eu não consigo. As de novela são interessantes, porque você está assistindo e ela te instiga mesmo a ver. Só o fato de mostrar a história já ajuda a ver. As de novela são mais bem feitas do que as de sessão, porque o narrador é mais preservado, não fala tanta merda. Com as de novela você consegue acompanhar a história da trama mesmo se assistir a novela inteira, e já dá pra bater um papo.

2- Consegue lembrar da chamada de algum desses programas? Fina Estampa eu lembro da atriz maluca dando um ataque coma filha feia, (Cristiane Torloni com a Birolli). Não lembro muita coisa... Lembro dela dando um ataque com a filha, e pois isso estava chamando muita atenção – Um ataque chama muita atenção. De altas horas eu lembro de uma confusão, com mil pessoas falando ao mesmo tempo. Eu acho que em todo final de chamada ele fala “Vem!”, mas não tenho nada muito definido, assim como a novela. O Futebol, como eu falei, lembro desse do Ronaldinho chamando pro jogo, e a musiquinha que sempre ajuda a marcar, ajuda a lembra que é o futebol. Mas é sempre a mesma coisinha, dizendo quem vai jogar contra quem, dizendo que horas vai ser. Mas eu não gosto muito de futebol. O Ronaldinho chamando realmente me chamou a atenção. Eu acho muito positivo a musiquinha, que te permite saber sobre o que é a chamada antes de você ver ela. A sensação de familiaridade é boa. Padrões que facilitam a identificação do programa são muito positivas, ainda mais se você juntar com alguma novidade, tipo o Ronaldinho chamando pra ver o jogo. Chama mais atenção ainda. De Mais Você eu realmente não lembro nada. Não sei nem se o que eu lembro e da chamada ou do programa, pq vem na cabeça o Louro José conversando c a Ana Maria... e eu acho que eu não tô em casa de manhã pra poder ver.

3a- É telespectador do programa ? Com qual a frequência assiste o programa? (Mais Você) – Já assisti trechos. Assisto uma parte tomando o café, mas deu a hora de sair e eu saio. Não me prendo. Assisto quando a minha mãe assiste e eu vou pra faculdade tarde.

----- Mostro uma chamada -----

4a- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?
Não... eu me perguntei até por que eu assisto de vez em quando.

5a- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?
O louro, porque a chamada parece bem ruim, n ia falar de nada interessante. A gente tá acostumado com um ritmo muito frenético na TV, e estava tudo muito calmo. Tá certo que é um programa matinal, mas mesmo assim...Tosse?? Pudim?? Não vai ter nada no programa? O que mais incomodou foi a falta de assuntos, porque parece que não vai ter nada no programa.

6a- O que você lembra da chamada?

De Pudim, tosse e do louro conversando, sendo obrigado a falar de uma maneira pouco natural.

3b- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não assisto o Altas Horas.

----- Mostro uma chamada -----

4b- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Não sei. Não falou nada do que acontece no programa, mostrou quem vai estar lá, a música que vai tocar. Mas não mostrou muita coisa. Não é que nem uma novela, que mostra o que vai acontecer, tipo hoje é o dia que vão matar a Norma... mas talvez se eu fosse fã de um desses caras eu assistiria, ou se algum artista falasse alguma coisa engraçada me animasse, mas realmente eu não sou espectadora, é muito tarde, eu tô dormindo há muito tempo nessa hora.

5b- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Não da pra dizer que eu gostei de nada, não teve nada pra se gostar, não teve nada relevante... Só foi uns flashes de imagens, que não diziam nada entre si. A interação do narrador com a Juliana é legalzinha, mas não diz nada. Fala sobre o clima do programa, mas não fala sobre o conteúdo. Tem que falar sobre o que eles conversaram, pra eu saber se eu quero ver! Eu não sou fã dela, n eh por ela que eu vou querer ver. Mas se ela falou algo legal, eu posso me animar. N deu nem uma pontinha do conteúdo do programa.

6b- O que você lembra da chamada?

Que ia ter pagode e Juliana Paes. Eu lembro que é muito tarde também, o Altas Horas passa muito tarde. Passa depois do InterCine, que eu nunca vejo, porque sempre vou dormir ou saio. Eu não vejo nem Zorra total.

3c- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa?

Não. Nunca vejo futebol.

----- Mostro uma chamada -----

4c- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Fiquei com vontade de assistir. Tá muito boa a chamada. É animada! Mesmo tendo os bordões de sempre (Agitar a telinha da Globo), ficou bom mesmo, porque parece que tá muito animado. N é a turminha do barulho que vai quebrar tudo. O grito da torcida "ahhh, é Ronaldinho!!!", muito irado. É desse tipo de coisa diferente que eu falei lá em cima. Fiquei com vontade de ver. Acho legal coisas animadoras de jogos anteriores. Altas emoções, um gol, iei! A musiquinha é marcante, eu sei que vai falar de futebol já na abertura da chamada.

5c- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Ele é muito animado. O grito da torcida, o gol narrado. O bordão "telinha da Globo", mas eu já estou acostumada, não acho que seja um problema.

6c- O que você lembra da chamada?

Os gols, o ah é Ronaldinho. Ele é um cara marcante. E apareceu a cara dele, né? Apareceu? Do gol, o gol foi de bicicleta, né? Não foi? E do cara falando: “Vai sacudir a telinha da Globo!”

3d- É telespectador do programa? Com qual a frequência assiste o programa? Fina Estampa. Ocasional. Assistio enquanto janto, mas acabo de jantar e me levanto, vou embora. As vozes quando estou assistindo, me empolgo na hora, fico pra assistir mais um pouquinho, mas dificilmente me sento pra ver e vejo um capítulo inteiro.

----- Mostro uma chamada -----

4d- Você acha que as pessoas se interessariam por esse programa?

Me envolvi muito com isso aí. Nas outras eu estava prestando atenção na chamada em si pra poder te responder, nessa eu me distraí na história e fiquei “nossa, meu Deus?! O que que esse cara fez com a mãe?!?”, e “Meu Deus, bateu! Capotou!!!”. Sim, se interessariam! Altas emoções, como a Globo gosta de dizer.

5d- Do que você mais gostou no vídeo? E o que mais incomodou?

Ele conta a história. Eu sei que vão acontecer coisas no episódio, mas o mais importante eu vi. E com certeza eu vou querer ver por essa pontinha que ele deu. É um episódio bom, né? Vão acontecer várias coisas bizarras. Nada que eu tenha me incomodado... Foi muito tenso, a chamada foi muito tensa. E no final toca a musicinha tranquila do Fina Estampa, do tipo fica calma e espera o episódio.

6d- O que você lembra da chamada?

Que o carro capotou, que a maluca expulsou a quadrilha da casa dela. Que a mãe perguntou “Ele morreu??? - com o Said do lado”. Acho que é isso, aquela mega confusão, todo mundo chorando.