

Emissoras se concentram em diferentes mercados e produtos

Teresa Levin e Claudia Pentead

A audiência dos desfiles das escolas de samba de São Paulo na TV Globo teve ligeira queda em relação ao ano passado. Já no Rio de Janeiro, foi maior do que em 2010 na segunda-feira, segundo dia de transmissão do grupo especial, com share de 66%. Em São Paulo, a média se manteve entre 11 e 12 pontos durante os desfiles, com pouco destaque para as escolas paulistas em relação às do Rio de Janeiro, onde a audiência teve pico de 23 pontos na segunda-feira. Também em São Paulo, a audiência nesse dia foi a mais alta registrada durante os quatro dias, chegando a 12 pontos. Na sexta-feira (4), quando transmitiu a primeira noite do desfile do Grupo Especial de São Paulo, a emissora atingiu média de 11 pontos, com share de 48%, e 9 pontos no Rio (43%). No sábado (5) - segunda noite de desfiles no Anhembi - a emissora manteve a audiência: 11 pontos em São Paulo e 8 no Rio. Já no domingo, a média na capital paulista foi de 10 pontos e de 17 no Rio de Janeiro - 34% e 56%, respectivamente. Em 2010, a audiência em São Paulo das escolas paulistanas foi de 11 e 13 pontos respectivamente, na sexta-feira e no sábado, durante as escolas paulistanas, enquanto no Rio de Janeiro, durante os desfiles das escolas cariocas, foi de 19 pontos tanto no domingo quanto na segunda-feira de Carnaval.

A apuração do desfile paulistano na última terça-feira (8) rendeu 26 pontos (51%) à Globo em São Paulo. Já a apuração do Rio de Janeiro, na última quarta-feira (9), teve média de 17 pontos em SP (42%) e 35 (69%) no RJ. Em 2010, a apuração do Carnaval carioca chegou a 27 pontos no Rio e 18 em São Paulo. Este ano, a Globo teve quatro cotas nacionais adquiridas por Bradesco, Nova Schin, TIM e Procter & Gamble (Pantene), com o valor individual de R\$ 21,3 milhões.

A cobertura do Carnaval pelas demais emissoras não teve uma "grande vencedora". Um ranking neste caso seria injusto, pois cada emissora focou em um mercado e em um produto diferentes e as audiências se pulverizaram durante as 80 horas de transmissão. A Band, por exemplo, focou em Recife e Salvador. Seus dados de audiência não foram significativos, no entanto, o projeto foi considerado um sucesso. Já a Rede TV! fez a cobertura dos bastidores do Carnaval de São Paulo, Rio de Janeiro e Salvador, obtendo bons resultados nas madrugadas, chegando a 6,1 pontos (10,2%). A cobertura deixou a RedeTV! na vice-liderança e em terceiro lugar de audiência em vários momentos. O SBT, que se concentrou em Salvador, não forneceu dados consolidados.

Fonte: Propmark, São Paulo, 14 mar. 2011, p. 18.