

## ESTILOS DE VIDA NA TV E INTERNET: RESULTADOS PARCIAIS

**Maria Celeste Mira (PEPG Ciências Sociais PUC/SP)**  
**Beatriz Salgado Cardoso de Oliveira (doutoranda Unesp)**

Uma das atividades previstas para o projeto Para além da distinção: gostos, práticas culturais e classes em São Paulo era a que se debruçaria sobre os canais especializados em programas de estilo de vida ou, como já se firmou na bibliografia sobre o tema, a *lifestyle media* (LEWIS, 2014). Suspeitávamos, e estamos confirmando a hipótese, de que estilos de vida, criados ou renovados a partir do final do século XX, estão circulando entre os campos culturais, mercados de bens simbólicos, a mídia e novos agentes, consumidores, públicos e usuários. Em outras palavras, a *mídia lifestyle* estaria atuando como mediadora; e seus protagonistas como intermediários culturais no sentido bourdieusiano do termo, vale dizer, seriam transmissores de estilos de vida de frações das classes superiores na hierarquia social para frações das classes inferiores.

Ao falar em mídia, pensamos sobretudo na televisão, veículo que permanece central para a compreensão das práticas culturais no Brasil e no mundo. Em 2016, de 69,3 milhões de domicílios particulares permanentes no Brasil, apenas 2,8%, ou 1,9 milhão não tinham televisão. Nos 67,373 milhões de domicílios com televisão, existiam 102.633 milhões de aparelhos, sendo 63,4% de tela fina e 36,6% de tubo. (PNAD/ IBGE, 2016) Em praticamente todos os países, o consumo de televisão é bastante significativo. Porém, entre nós, a média de horas de assistência ao veículo é maior do que o dobro da média mundial, ou seja, 6h17 min. no Brasil contra 2,55 horas em média no mundo (KANTAR IBOPE MEDIA, 2019, p. 8). E a cidade de São Paulo não é exceção: seu consumo médio diário de TV está acima da média nacional. A tabela abaixo, elaborada com base nos dados da pesquisa Kantar Ibope, mostra o consumo de TV nas principais capitais do país, figurando a cidade de São Paulo em 4º. lugar.

Cidade	Tempo médio de consumo de TV
Manaus	07:01:41
Rio de Janeiro	07:00:40
Porto Alegre	06:45:23
<b>São Paulo</b>	<b>06:38:50</b>
Belém	06:07:01
Florianópolis	06:06:21
Salvador	06:05:45
Curitiba	05:51:01
Distrito Federal	05:49:26
Recife	05:48:16
Vitória	05:44:22
Fortaleza	05:22:21
Belo horizonte	05:18:22
Goiânia	05:12:21

Tempo médio de consumo de TV nas principais capitais do país. Tabela elaborada com base nos dados disponíveis da pesquisa KANTAR IBOPE MEDIA, 2019, p. 7.

Apesar da abrangência do fenômeno televisão, desde o início tínhamos em mente pesquisar e analisar os programas da TV paga. Embora na televisão aberta haja programas, ou quadros no seu interior, que funcionam como elos na cadeia de transmissão de estilo de vida, este tipo de emissão se concentra nos canais por assinatura, contando, inclusive, com canais monotemáticos, como Fashion TV, Food Network etc. Para dimensionar a importância dessas atrações televisivas, nos empenhamos na coleta de dados estatísticos e análises sobre instalação, expansão, dinâmica de funcionamento e públicos da televisão paga no país.

A implantação de canais restritos teve início no Brasil em 1988 com a MTV e a CNN. Até o final dos anos 1990, no entanto, sua expansão ficou estagnada nas classes socioeconômicas A e B. A partir dos anos 2000, o barateamento da oferta e o aumento do poder de consumo dos estratos mais baixos facilitaram sua expansão. Em 2013, “95% dos novos clientes da TV paga eram da classe C ou D”, as quais, somadas representavam 66% dos assinantes. (EXAMEONLINE, 2013). No período de 2011 a 2017, o número de pessoas com acesso à TV por assinatura cresceu 42% de tal modo que em 2016, o Brasil figurou como o 8º maior mercado de TV por assinatura no mundo. A expansão, como

sempre, manteve as diferenças de classe, parcialmente apreendidas pela classificação socioeconômica utilizada pelas pesquisas de mercado (MÍDIA FATOS, s. d):

CLASSE	POSSE DE TV PAGA	TOTAL DA POPULAÇÃO
<b>AB</b>	44%	28%
<b>C</b>	49%	52%
<b>DE</b>	9%	20%

Tabela 1 - Tabela desenvolvida com base nos dados do website Mídia Fatos – “Infográficos – Assinantes - Perfil do público por classe” (MÍDIA FATOS, s/d).

O aumento constante do número assinantes se deveu também à expansão da chamada “banda larga” que mostrou expressivo crescimento no período de 2002 a 2019, como se pode observar nos dois gráficos abaixo.

## Evolução do Número de Assinantes de TV por Assinatura

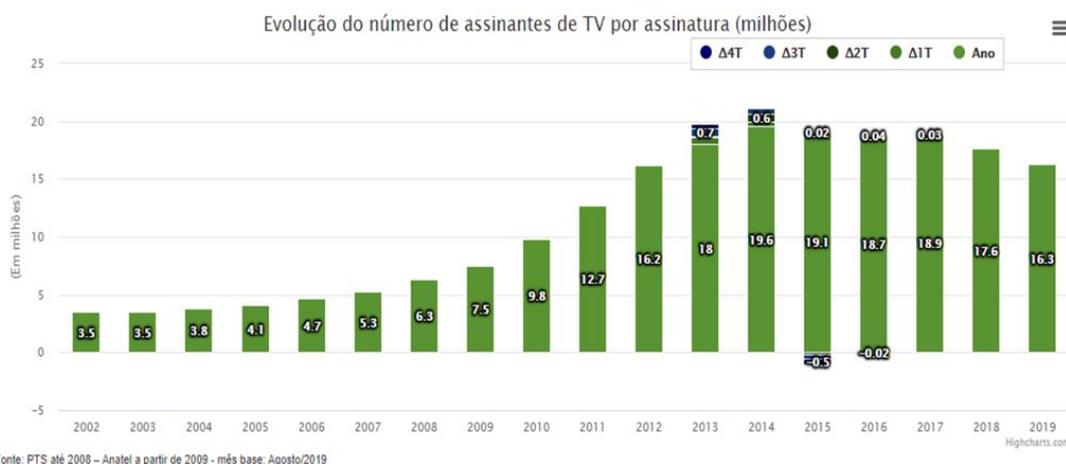


Figura 1 - Evolução do número de assinantes de TV paga. Gráfico recuperado do website da ABTA em março de 2020. Disponível em: [http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp)

## Evolução do Número de Assinantes Banda Larga

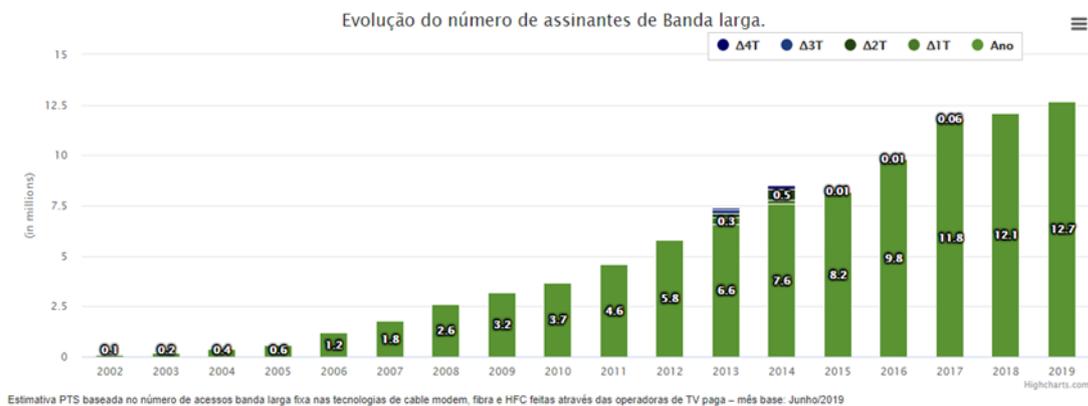


Figura 2 - Evolução do Número de Assinantes de Banda Larga. Gráfico recuperado do site da ABTA em março de 2019. Disponível em: [http://www.abta.org.br/dados\\_do\\_setor.asp](http://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp).

Elevaram-se muito, no mesmo período, as horas de audiência à TV por assinatura. De 2011 a 2017, “a audiência individual por minuto quadruplicou, chegando a 2.378.104 telespectadores e a média de horas diárias dedicadas ao meio também aumentou para 3h18” (Kantar Ibope apud MÍDIA FATOS, s/d, grifos nossos). O número é expressivo uma vez que representa cerca da metade da média diária de audiência da TV no Brasil.

No entanto, a análise da mídia se complexificou ainda mais com o advento da internet. O consumo e a audiência de TV não podem mais ser analisados isoladamente. Embora a televisão linear continue a ser uma das formas mais difundidas de entretenimento no Brasil, novos suportes, plataformas e usos emergiram: o mesmo programa pode ser consumido em diversos equipamentos, como computadores, tablets e smartphones; podem ser circular e repercutir em diferentes aplicativos; podem se tornar conteúdos recebidos via *streaming* etc, como se vê na ilustração abaixo.

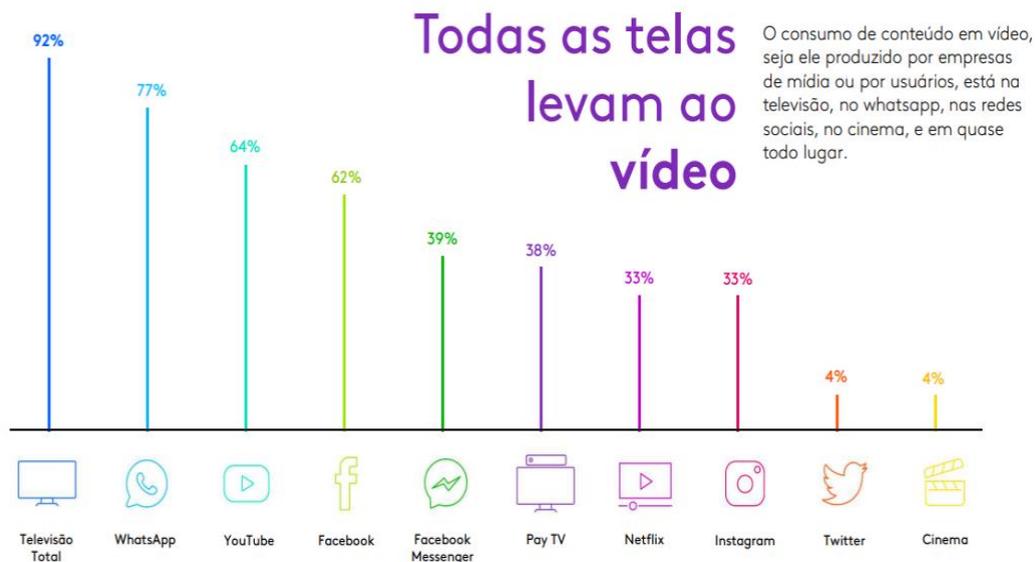


Figura 3 - Porcentagem consumo de vídeo por meio. Tabela capturada da pesquisa "Inside TV" (KANTAR IBOPE, 2019, p. 4).

Uma coisa é certa. Ao contrário da televisão de sinal aberto, que tem uma grade de programação fixa, dirigida ao grande público, os recursos atuais da televisão chamada por alguns estudiosos da comunicação de "transmídia" visam a atingir públicos cada vez mais segmentados. A tendência é evidente na televisão por assinatura. Os próprios provedores classificam os canais em 18 categorias, conforme tabela da ABTA.

1. Agronegócio	7. Esportes	13. Lifestyle
2. Documentários e Factualis	8. Étnicos	14. Lifestyle masculino
3. Educativos	9. Filmes	15. Metereologia
4. Entretenimento Artes e Variedades	10. Filmes e Séries	16. Moda
5. Entretenimento Jovem	11. Infantil	17. Música
6. Eróticos	12. Jornalismo e Informação	18. Poder Público

Tabela 2 - Gêneros dos canais por assinatura. Tabela desenvolvida com base nos dados do Mídia Fatos (MÍDIA FATOS, s/d).

Como os demais, os canais *lifestyle* estão agrupados na grade da TV paga, assim como ocorre com outros gêneros, como filmes, esportes, infantis etc. Eis como aparecem na atual Claro TV (antiga NET) e na Vivo TV.

<b>CLARO TV</b>	<b>VIVO TV</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 541 GNT (Gente)</li> <li>• 551 Fashion TV</li> <li>• 552 TLC (Travel &amp; Living Channel)</li> <li>• 554 Food Network</li> <li>• 555 Discovery H&amp;H (Home &amp; Health)</li> <li>• 557 Travel Box Brazil</li> <li>• 560 HGTV (Home &amp; Garden TV)</li> <li>• 641 Lifetime</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 541 GNT</li> <li>• 604 Travel Box Brazil</li> <li>• 618 HGTV</li> <li>• 622 Discovery Home &amp; Health</li> <li>• 623 TLC</li> <li>• 624 Fox Life</li> <li>• 625 Lifetime</li> </ul>

*Tabela 3 - Grade de canais lifestyle das operadoras CLARO e VIVO. Tabela desenvolvida pela autora.*

Não há divulgação do perfil da audiência por programas. Porém, a audiência por canais permite vislumbrar algumas diferenças, como nos quadros abaixo:

30 CANAIS DA TELEVISÃO ABERTA E PAGA MAIS ASSISTIDOS	
CANAL	%
1 - Globo	31,69%
2 - RecordTV	11,19%
3 - SBT	10,93%
4 - TV Band	3,35%
5 - RedeTV	1,42%
6 - GloboNews	0,89%
7 - Viva	0,80%
8 - Cultura	0,65%
9 - TV Brasil	0,63%
10 - Cartoon	0,55%
11 - Rede Vida	0,53%
12 - Discovery Kids	0,51%
13 - Discovery Channel	0,51%
14 - AXN	0,47%
15 - Nickelodeon	0,45%
16 - Megapix	0,44%
<b>17 - Home &amp; Health</b>	<b>0,44%</b>
18 - Universal TV	0,42%
19 - TV Aparecida	0,40%
20 - RecordNews	0,40%
21 - Gloob	0,38%
22 - Space	0,35%
23 - Multishow	0,34%
24 - TNT	0,33%
25 - Fox Channel	0,32%
26 - CNN Brasil	0,32%
27 - Warner Channel	0,28%
28 - Animal Planet	0,24%
29 - ID	0,23%
30 - Telecine Action	53,00%

Tabela 4 -Tabela desenvolvida pela autora com base nos dados de FELTRIN, 2020a.

Mais popular, o Discovery H&H figura entre os canais mais assistidos por todas as classes, incluindo os canais abertos. No entanto, há uma forte presença dos canais *lifestyle* entre as classes socioeconômicas A e B, destacando-se em 4º. lugar o recém-lançado no Brasil, HGTV (Home & Garden TV) do grupo Discovery.

<b>30 CANAIS DA TELEVISÃO PAGA MAIS ASSISTIDOS PELAS CLASSES A/B</b>	
<b>CANAL</b>	<b>%</b>
1 – H2	83%
2 – Films & Arts	83%
3 – CNN Brasil	80%
<b>4 – HGTV (grupo Discovery)</b>	<b>78%</b>
<b>5 – Travel Box Brasil</b>	<b>76%</b>
6 – GloboNews	74%
<b>7 - GNT</b>	<b>71%</b>
<b>8 – Discovery Home &amp; Health</b>	<b>69%</b>
9 – Telecine Touch	69%
10 – Fox Life	67%
<b>11 – Lifetime</b>	<b>66%</b>
12 – Discovery Turbo	65%
<b>13 – Food Network</b>	<b>65%</b>
14 – History	65%
15 – SyFy	64%
16 – ID	64%
<b>17 – TLC</b>	<b>61%</b>
18 – BandNews	60%
19 – SporTV3	60%
20 – E! Entertainment	59%
21 – A&E	59%
22 – Telecine Cult	58%
23 – Paramount Channel	58%
24 – Warner Channel	57%
25 – Comedy Central	57%
26 – Sony	56%
27 – AXN	55%
28 – SporTV	54%
29 – Universal TV	54%
30 - AMC	53%

*Tabela 5 - Tabela desenvolvida pela autora com base em FELTRIN, 2020b.*

Não por acaso, já havíamos eleito praticamente os mesmos canais grifados na tabela acima como aqueles com os quais iríamos trabalhar: GNT, Fashion TV, TLC, Food Network, Discovery H&h, Travel Box BR, HGTV e Lifetime. Por meio da consulta aos *websites* desses canais da TV por assinatura, suas programações foram mapeadas ao longo de uma semana, entre o final de 2019 e o início de 2020. O levantamento não foi feito na mesma semana para todos os canais. Porém, a diferença de data não ultrapassou três meses em nenhum dos casos.

Foi desenvolvido um documento em formato Excel, no qual cada canal teve sua programação tabelada, com nome do programa, o país de produção e a categoria. As tabelas desenvolvidas estão reproduzidas a seguir. Cada uma apresenta três colunas:

- **Coluna 1, “Programa”:** Consta o nome de cada programa
- **Coluna 2, “País de Produção”:** Consta o nome do país que produziu o programa. Nem sempre este dado está disponível, por essa razão, nem todas as tabelas estão completamente preenchidas.
- **Coluna 3, “Categoria”:** Procurou-se obter a categoria de cada programa conforme definição nos próprios websites das redes de canais. Porém, no decorrer do trabalho, notou-se a necessidade de pensar melhor estas categorizações. Tornou-se imprescindível um trabalho de coleta de informações na própria televisão, como em uma pesquisa de campo, assistindo aos programas, por exemplo. Mesmo assim, alguns ainda não foram categorizados e, provavelmente, não serão de interesse desta pesquisa.

As tabelas a seguir reproduzem os resultados da pesquisa feita nas grades de programação dos principais canais *lifestyle* da TV por assinatura no Brasil.

**GNT (Gente):** É um dos quatro canais lançados em 1991, quando foi criada a Globosat. Teve início como canal de notícias e hoje é voltado ao público feminino (SBT, 2015). Seu conteúdo é diversificado: desde saúde e beleza, até gastronomia, moda e decoração. A programação é predominantemente nacional (MIDIA FATOS, s. d).

GNT		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
A LOUCA DAS PLANTAS	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
MAIS COR POR FAVOR	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
ADMIRÁVEL MÓVEL NOVO	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
AUTÊNTICAS	BRASIL	MÚSICA
RAINHA DA COCADA	BRASIL	GASTRONOMIA
COZINHEIROS EM AÇÃO	BRASIL	GASTRONOMIA
CASA BRASILEIRA	BRASIL	ARQUITETURA
ÁLBUM DE FAMÍLIA	BRASIL	REALITY SHOW
S.O.S. SALVEM O SALÃO	BRASIL	REALITY SHOW
DESEN GAVETA	BRASIL	REALITY SHOW
SANTA AJUDA	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
SUPER BONITA	BRASIL	BELEZA
RECEITAS DA CAROLINA	BRASIL	GASTRONOMIA
COZINHA PRÁTICA	BRASIL	GASTRONOMIA
PAPO DE SEGUNDA	BRASIL	TALK SHOW
SAIA JUSTA	BRASIL	TALK SHOW
PERTO DO FOGO	BRASIL	GASTRONOMIA
TEMPERO DE FAMÍLIA	BRASIL	GASTRONOMIA
QUE SEJA DOCE	BRASIL	GASTRONOMIA
MESTRE DO SABOR	BRASIL	GASTRONOMIA
QUE HISTÓRIA É ESSA, PORCHAT?	BRASIL	TALK SHOW
FAZENDO A FESTA	BRASIL	REALITY SHOW
QUE MARRAVILHA!	BRASIL	GASTRONOMIA
DECORA	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
VÍTIMAS DIGITAIS	BRASIL	
BOAS VINDAS - ÁLBUM DE FAMÍLIA	BRASIL	REALITY SHOW
ALÉM DA CONTA - TEM WI-FI?	BRASIL	REALITY SHOW
PEDRO PELO MUNDO	BRASIL	VIAGENS
MORENA LEITE: COZINHA DO AMANHÃ	BRASIL	GASTRONOMIA
TAPAS E BEIJOS	BRASIL	FICÇÃO / COMÉDIA
MINI SAIA	BRASIL	TALK SHOW
PAPO RÁPIDO	BRASIL	TALK SHOW
BELA COZINHA	BRASIL	GASTRONOMIA
CAIXA DE COSTURA	BRASIL	MODA
CHEF AO PÉ DO OUVIDO	BRASIL	GASTRONOMIA
CHEGADAS E PARTIDAS	HOLANDA	
CREDO, QUE DELÍCIA!	BRASIL	GASTRONOMIA
ESPAÇO PARA DOIS	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
FALE CONOSCO*	BRASIL	
FOOD TRUCK	BRASIL	GASTRONOMIA
GABI ROSSINO NO NHAC*	BRASIL	GASTRONOMIA
GNT.DOC		DOCUMENTÁRIO
JAMIE OLIVER		GASTRONOMIA
LUGAR DE CRIANÇA	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
MOHAMAD NO NHAC*	BRASIL	GASTRONOMIA
NHACNA BRASA*	BRASIL	GASTRONOMIA
PAPEL DE PAI	BRASIL	REALITY SHOW
OLHO MÁGICO - REFORMA DE VIZINHOS	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
SOCORRO! MEU FILHO COME MAL	BRASIL	GASTRONOMIA

CHEF AO PÉ DO OUVIDO	BRASIL	GASTRONOMIA
CHEGADAS E PARTIDAS	HOLANDA	
CREDO, QUE DELÍCIA!	BRASIL	GASTRONOMIA
ESPAÇO PARA DOIS	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
FALE CONOSCO*	BRASIL	
FOOD TRUCK	BRASIL	GASTRONOMIA
GABI ROSSINO NO NHAC*	BRASIL	GASTRONOMIA
GNT.DOC		DOCUMENTÁRIO
JAMIE OLIVER		GASTRONOMIA
LUGAR DE CRIANÇA	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
MOHAMAD NO NHAC*	BRASIL	GASTRONOMIA
NHAC NA BRASA*	BRASIL	GASTRONOMIA
PAPEL DE PAI	BRASIL	REALITY SHOW
OLHO MÁGICO - REFORMA DE VIZINHOS	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
SOCORRO! MEU FILHO COME MAL	BRASIL	GASTRONOMIA

*Tabela 6 -- Programas do canal GNT - tabela desenvolvida pela autora com base na programação disponibilizada no site da Globoplay, entre 29/11/2019 e 3/12/2019. Os programas notados com asterisco (\*) são da plataforma Youtube.*

**Fashion TV:** O Fashion TV é um canal de televisão por assinatura pertencente à programadora Box Brazil. O canal tornou-se conhecido pelo público após a regulamentação da Agência Nacional de Cinema (Ancine) que concedeu a alguns canais o título de canais brasileiros de espaço qualificado programado por programadora brasileira independente, dentre os quais se destacam os canais irmãos Prime Box Brazil, Music Box Brazil e Travel Box Brazil (POSSEBON, 2012; TRAVEL, 2021) O canal está “presente em mais de 100 países, divulgando a produção nacional. Apresenta uma programação com cobertura das principais semanas de moda, entrevistas exclusivas com estilistas e modelos, notícias, making offs e fashion films” (BOX BRASIL, c2020).

FASHION TV (rede de canais BOX BRASIL)		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
CARAVANA INTERNACIONAL DA MODA	BRASIL	MODA
INSIGHT	BRASIL	DESIGN
FASHION CLICK	BRASIL	MODA
ENTRADA FRANCA: FAUSE HATEN	BRASIL	MODA
+FIT	BRASIL	SAÚDE
NÓS, OS FASHIONISTAS	BRASIL	MODA
3X+ESTILO	BRASIL	MODA
MISTER HAZZY	BRASIL	REALITY DE MODA
HIT! MODELS	BRASIL	REALITY DE MODA
ANÁLISE FASHION	ÁUSTRIA	MODA
BACKSTAGE	ÁUSTRIA	MODA
DESIGNERS AT WORK	ÁUSTRIA	DESIGN
FASHION WEEK	ÁUSTRIA	MODA
TOP MODELS	ÁUSTRIA	MODA
ESTÚDIO FTV	ÁUSTRIA	MODA
Fashion Week Especial Moda Masculina	ÁUSTRIA	MODA
SHOTS	ÁUSTRIA	MODA
FASHION HOUSE	BRASIL	MODA
FTV HITS	BRASIL	MÚSICA
DESTINO BR EMPREENDEDOR	BRASIL	DOCUMENTÁRIO
CRATIVOS.BR	BRASIL	EMPREENDEDORISMO
BORA	BRASIL	REALITY SHOW
AS LARANJINHAS MUNDO A FORA	BRASIL	REALITY SHOW - VIAGEM
PROFUNDO SCUBA DIVING	BRASIL	VIAGEM
60 ANOS DA INDÚSTRIA TÊXTIL DO BRASIL	BRASIL	DOCUMENTÁRIO
FESTIVAL DE CINEMA DE CANNES	ÁUSTRIA	JORNALÍSTICO

Tabela 7 - Programas do Fashion TV- tabela desenvolvida pela autora com base na lista de programas e programação disponíveis no site do canal (<https://boxbrazil.tv.br/fashion-tv/>) entre 03/02/2020 e 06/02/2020

**TLC:** O canal TLC pertence ao grupo Discovery Inc., “líder global em entretenimento da vida real, servindo a uma audiência mundial”, presente em “220 países e territórios, em 50 idiomas” (RIO2C, 2021). Foi lançado no Brasil em novembro de 2011, substituindo o Discovery Travel & Living (Wikipedia, s/ d.). O canal tem programação variada, e voltada para “culinária, viagens, variedades, *realitys*, estilo de vida, arquitetura e programas de investigação” (NOVEMBRO, 2011)

TLC (GRUPO DISCOVERY)		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
CHEGOU HONEY BOO BOO!	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
A MÉDIUM	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
A PEQUENA GRANDE FAMÍLIA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
90 DIAS PARA CASAR	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
DE VOLTA AO MUNDO AMISH	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
90 DIAS PARA CASAR: ANTES DOS 90 DIAS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
MEU GRANDE CASAMENTO CIGANO	INGLATERRA	REALITY SHOW
À BRASILEIRA - UM PASSEIO CULTURAL E GASTRONÔMICO	BRASIL	CULTURA / GASTRONOMIA
TEMPERO NA MOCHILA	ESTADOS UNIDOS	CULTURA / GASTRONOMIA
OS BUSBYS + 5	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
SEIS DE UMA VEZ	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
OS PEQUENOS JOHNSTONS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
AVÓS DE PRIMEIRA VIAGEM	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
90 DIAS PARA CASAR: FELIZES PARA SEMPRE?	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
MAMA JUNE: VIDA NOVA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
UMA FAMÍLIA DE PESO	ESTADOS UNIDOS	SAÚDE
CIRURGIÕES AO RESGATE: CELEBRIDADES	INGLATERRA	SAÚDE
EMAGRECI, E AGORA?	ESTADOS UNIDOS	SAÚDE
4 MULHERES E 1 MARIDO	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
JILL E JESSA: A VIDA CONTINUA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
A VIDA DE JAZZ	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
UMA MULHER DE PESO	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
QUILOS MORTAIS	ESTADOS UNIDOS	SAÚDE
6 É DEMAIS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW

Tabela 8 - Programas do canal TLC - com base na programação disponibilizada no site do TLC entre 29/11/2019 e 03/12/2019

**Food Network:** Pertencente ao Grupo Discovery, sua programação é totalmente dedicada à culinária e gastronomia. Foi lançado nos Estados Unidos em 1993. No Brasil, iniciou sua transmissão em novembro de 2014, apenas pela operadora Sky e, em 2016, pelas operadoras Claro TV / NET (FOOD NETWORK, 2020).

FOODNETWORK (GRUPO DISCOVERY)		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
TOMPAPA TUDO	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
GIADA EM CASA	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
COZINHA À LA FIERI	S.I.	GASTRONOMIA
A GUERRA DOS BOLOS	S.I.	GASTRONOMIA
SHOW DE COZINHA	S.I.	GASTRONOMIA
CONFEITARIAS PELÇO MUNDO COM PAUL HOLLYWOOD	S.I.	GASTRONOMIA
ACADEMIA DE SUPERCHEFS	S.I.	GASTRONOMIA
PEQUENOS CHURRASQUEIROS	S.I.	GASTRONOMIA
LOCOS X EL ASADO	S.I.	GASTRONOMIA
SABORES DA AMÉRICA COM MICHAEL SYMON	S.I.	GASTRONOMIA
SABOR NA BRASA	S.I.	GASTRONOMIA
PEQUENOS CONFEITEIROS	S.I.	GASTRONOMIA
TEMPERO NA MOCHILA	S.I.	GASTRONOMIA
SABORES DA ITÁLIA	S.I.	GASTRONOMIA
A GUERRA DOS CUPCAKES	S.I.	GASTRONOMIA
S.O. S RESTAURANTE	S.I.	GASTRONOMIA
REFEIÇÃO EM 30 MINUTOS	S.I.	GASTRONOMIA
RACHEL RAY - 5 REFEIÇÕES EM 1 DIA	S.I.	GASTRONOMIA
RECEITAS DA INA - DE VOLTA AO BÁSICO	S.I.	GASTRONOMIA
O REI DO SANDUÍCHE	S.I.	GASTRONOMIA
RECEITAS SECRETAS DOS AVÓS	S.I.	GASTRONOMIA
BRUNCH COM BOBBY	S.I.	GASTRONOMIA
GIADA FAZA FESTA	S.I.	GASTRONOMIA
FOODNETWORK STAR - A PRÓXIMA ESTRELA	S.I.	GASTRONOMIA
TUDO NA PANELA	S.I.	GASTRONOMIA
CHOPPED - O DESAFIO	S.I.	GASTRONOMIA
REIS DA COMIDA DE RUA	S.I.	GASTRONOMIA
COZINHANDO COM DAMARIS	S.I.	GASTRONOMIA
DELÍCIAS DA FAZENDA	S.I.	GASTRONOMIA
SABORES DA FAZENDA COM MOLLY	S.I.	GASTRONOMIA
BIZU	S.I.	GASTRONOMIA
DOCES LUGARES	S.I.	GASTRONOMIA
COMIDAS DE PRAIA COM KATIE LEE	S.I.	GASTRONOMIA
DESCOBERTAS GASTRONÔMICAS	S.I.	GASTRONOMIA
NA ROTA DO SABOR	S.I.	GASTRONOMIA
EM BUSCA DO TACO PERFEITO	S.I.	GASTRONOMIA
DESCOBRINDO RESTAURANTES COM ADAM RICHMAN	S.I.	GASTRONOMIA
TUDO SOBRE CHURRASCO	S.I.	GASTRONOMIA
CHEF ITINERANTE	S.I.	GASTRONOMIA
HOMEM VS. COMIDA	S.I.	GASTRONOMIA
PATRICIA HEATON RECEBE	S.I.	GASTRONOMIA

Tabela 9 - Programas do canal Foodnetwork - com base na programação disponibilizada no site MI.TV (<https://mi.tv/br/canais/food-network-hd-brasil/quarta>) entre 30/01/2020 e 05/02/2020

**Discovery H&H (Home & Health):** Trata-se de mais um canal por assinatura do grupo Discovery Inc. Voltado ao público feminino e com programação variada, foi líder da categoria estilo de vida de 2009 a 2018, tendo “a maior audiência de toda a TV por assinatura entre mulheres acima de 18 anos” (GUERRA, 2019).

DISCOVERY HOME & HEALTH (GRUPO DISCOVERY)		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
AME-A OU DEIXE-A	CANADÁ	CASA/DECORAÇÃO
IRMÃOS A OBRA	CANADÁ	CASA/DECORAÇÃO
AME-A OU DEIXE-A VANCOUVER	CANADÁ	CASA/DECORAÇÃO
AME-A OU DEIXE-A	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
CASAS EXUBERANTES	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
O VESTIDO IDEAL	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
CAKE BOSS	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
REFORMA EM FAMÍLIA COM KAREN E MINA	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
DE CASA NOVA	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
VIDA NO PARAÍSO: ILHAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
MENOS É MAIS	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
IRMÃOS A OBRA COMPRA E VENDA	CANADÁ	CASA/DECORAÇÃO
MASTERCHEF EUA	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
O MESTRE DOS BOLOS	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
BAKE OFF BRASIL	BRASIL	GASTRONOMIA
DEU BOLO! COM BUDDY VALASTRO	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
MASTERCHEF A REVANCHE	BRASIL	GASTRONOMIA
CHOPPED: O DESAFIO	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
IRON CHEF AMÉRICA	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
DO VELHO AO NOVO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
ALISON E DONAVAN: REFORMANDO COM ESTILO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
IRMÃOS A OBRA: O DUELO	CANADÁ	CASA/DECORAÇÃO
VIDA NO PARAÍSO: MÉXICO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
EM BUSCA DA CASA PERFEITA	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
O VESTIDO IDEAL: ATLANTA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
O VESTIDO IDEAL: REINO UNIDO	INGLATERRA	REALITY SHOW
BOUTIQUE DAS NOIVAS PLUS SIZE	INGLATERRA	REALITY SHOW
O MESTRE DOS BOLOS EM HOLLYWOOD	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
BATALHA DOS CONFEITEIROS: BRASIL	BRASIL	GASTRONOMIA
BAKE OFF BRASIL: MÃO NA MASSA	BRASIL	GASTRONOMIA
REFORMA TOTAL COM NATE E JEREMIAH	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
VIDA NO PARAÍSO: HAVAÍ	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
DRA. SANDRA LEE: A RAINHA DOS CRAVOS	ESTADOS UNIDOS	SAÚDE
EM BUSCA DA CASA PERFEITA: FAMÍLIA	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
BAKE OFF REINO UNIDO: PROFISSIONAIS	INGLATERRA	GASTRONOMIA
JR. BAKE OFF BRASIL	BRASIL	GASTRONOMIA
COM ESTE EU CASO!	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
NOVO OU USADO?	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
BATALHA DE ESTILISTAS	CANADÁ	MODA
VIDA NO PARAÍSO: BAHAMAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
UM DIA DE CHEF	BRASIL	GASTRONOMIA

O VESTIDO IDEAL: ATLANTA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
O VESTIDO IDEAL: REINO UNIDO	INGLATERRA	REALITY SHOW
BOUTIQUE DAS NOIVAS PLUS SIZE	INGLATERRA	REALITY SHOW
O MESTRE DOS BOLOS EM HOLLYWOOD	ESTADOS UNIDOS	GASTRONOMIA
BATALHA DOS CONFEITEIROS: BRASIL	BRASIL	GASTRONOMIA
BAKE OFF BRASIL: MÃO NA MASSA	BRASIL	GASTRONOMIA
REFORMA TOTAL COM NATE E JEREMIAH	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
VIDA NO PARAÍSO: HAVAÍ	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
DRA. SANDRA LEE: A RAINHA DOS CRAVOS	ESTADOS UNIDOS	SAÚDE
EM BUSCA DA CASA PERFEITA: FAMÍLIA	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
BAKE OFF REINO UNIDO: PROFISSIONAIS	INGLATERRA	GASTRONOMIA
JR. BAKE OFF BRASIL	BRASIL	GASTRONOMIA
COM ESTE EU CASO!	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
NOVO OU USADO?	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
BATALHA DE ESTILISTAS	CANADÁ	MODA
VIDA NO PARAÍSO: BAHAMAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
UM DIA DE CHEF	BRASIL	GASTRONOMIA

*Tabela 10 - Programas do canal Discovery Channel - com base na programação disponibilizada no site da Discovery Channel entre 29/11/2019 E 03/12/2019*

**Travel Box Brazil:** Fundado em 2012, pertence à programadora Box Brazil. O canal tornou-se conhecido pelo público após a regulamentação da Agência Nacional de Cinema Ancine conceder a alguns canais o título de canais brasileiros de espaço qualificado programado por programadora brasileira independente, dentre os quais se destacam os canais irmãos Prime Box Brazil, Music Box Brazil e Fashion TV. A programação do Travel Box Brazil apresenta o Brasil e o mundo pelos olhos dos brasileiros. As experiências de viagem dão o tom da programação por meio da gastronomia, esportes e diferentes culturas. Atualmente o canal atinge mais de 10 milhões de assinantes. Homens e mulheres de mais de 18 anos, das classes A, B e C são o público-alvo (BOX BRAZIL, 2020). Em 2012, a Box Brazil Programadora comemorou um ano de distribuição de seus canais:

A empresa criou nesse período uma oferta de quatro canais, hoje classificados junto à Ancine como canais brasileiros de espaço qualificado. São os canais Prime Box Brazil, Music Box Brazil, Fashion TV Brazil e Travel Box Brazil todos em versão HD e SD e também com conteúdos distribuídos em plataformas sob demanda (POSSEBON, 2012).

TRAVEL (rede de canais BOX BRASIL)		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
SONHO AMERICANO	BRASIL	VIAGEM
VINHOS BR	BRASIL	GASTRONOMIA
ESTRADAS DO MUNDO	BRASIL	VIAGEM
ZERO EMISSÃO	BRASIL	DOCUMENTÁRIO
BORA	S.I	VIAGEM
DESTINO BR EMPREENDEDOR	BRASIL	VIAGEM E GASTRONOMIA
GARIMPANDO	BRASIL	VIAGEM E CULTURA
PROFUNDO SCUBA DIVING TEMPORADA 3	S.I	VIAGEM
DESCOBRINDO TRILHAS*	BRASIL	VIAGEM
NO AR - SHOT	BRASIL	ESPORTES
MOBYLAS	BRASIL	REALITY SHOW
DESTINOS IMPERDÍVEIS	BRASIL	VIAGEM
PELA COSTA DO DELTA	BRASIL	VIAGEM
ANDANTE	BRASIL	VIAGEM
PARTIU AVENTURA	BRASIL	VIAGEM E ESPORTES

*Tabela 11 - Programas do canal Travel - com base na programação disponibilizada no site do canal Travel entre 06/02/2020 e 03/02/2020.*

**HGTV (Home & Garden TV):** “O HGTV é o canal da Discovery com foco na temática de Casa, Decoração e Reforma, com uma programação recheada de competição, renovação externa, luxo, transformação e casas inusitadas. O canal busca atingir um target entre 25 a 54 anos, e está presente em 7,8 milhões de casas no Brasil” (ANUNCIE, c2015-2021).

HGTV (Grupo Discovery)		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
PRODUTOS DOS SONHOS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
DESAFIO DA RENOVACÃO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
A SONHADA CASA NO LAGO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
RESTAURANDO FACHADAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
PISCINAS ESPETACULARES	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
REFORMA RELÂMPAGO: JARDINS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
DESIGN CRIATIVO COM ANTONIO BALLATORE	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
REFORMA RELÂMPAGO: BANHEIROS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
REFORMAS INCRÍVEIS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
TRAILERS INCRÍVEIS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
TENDAS MODERNAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
A CASA DE JENNIE GARTH	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
24 HORAS PRA REDECORAR	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
MENOS É DE MAIS	BRASIL	REALITY SHOW
REFORMA DOS SONHOS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
O NOVO VINTAGE	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
I WANT THAT!	ESTADOS UNIDOS	DOCUMENTÁRIO
ESPAÇOS MILIONÁRIOS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
CASAS EXÓTICAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
RESTAURANDO FACHADAS: QUARTEIRÃO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
VOCÊ RENOVA	BRASIL	CASA/DECORAÇÃO
COZINHA DOS SONHOS COM JOHN E ANTHONY	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
CASAS ESTRANHAS	REINO UNIDO	CASA/DECORAÇÃO
REFORMANDO CASAS, TRANSFORMANDO VIDAS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO

*Tabela 12 - Programas do HGTV. Tabela desenvolvida pela autora com base na programação disponível no site do próprio canal, entre 20/01/2021 e 25/01/2021*

**Lifetime:** Lifetime é um canal de TV por assinatura norte-americano. Faz parte de um grupo subsidiário da A&E Networks. A programação do Lifetime tem como público principal o feminino. Na América Latina, o canal surge em 2014, substituindo o antigo Sony Spin, cuja audiência era muito baixa (Wikipedia, s/d.)

LIFETIME		
PROGRAMA	PAÍS DE PRODUÇÃO	CATEGORIA
PEQUENAS GRANDES MULHERES	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
PEQUENAS GRANDES MULHERES ATLANTA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
DANCE MOMS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
BRING IT!	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
UNREAL	ESTADOS UNIDOS	FICÇÃO
PROJECT RUNWAY	ESTADOS UNIDOS	MODA
JANE THE VIRGIN	ESTADOS UNIDOS	FICÇÃO
CRIATIVOS.BR MODA E IDENTIDADE	BRASIL	MODA
DESAFIO BRASIL FASHION	BRASIL	MODA
CASAS INIMAGINÁVEIS	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
O MESTRE DOS CASAMENTOS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
CASAMENTOS INSPIRADORES COM DAVID TUTERA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
O MELHOR VESTIDO DE NOIVA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
GLAM MASTERS	ESTADOS UNIDOS	BELEZA
PROJECT RUNWAY JR.	ESTADOS UNIDOS	MODA
CASAMENTOS ARRANJADOS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
NA RIQUEZA E NA POBREZA	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
QUINTAIS FANTÁSTICO	ESTADOS UNIDOS	CASA/DECORAÇÃO
PEQUENAS GRANDES MULHERES DALLAS	ESTADOS UNIDOS	REALITY SHOW
CASAMENTOS À PRIMEIRA VISTA	ESTADOS UNIDOS	CASAMENTO

Tabela 13 - Programas do canal Life Time. Tabela desenvolvida pela autora com base na programação disponibilizada no site do Life Time entre 29/01/2020 e 06/02/2020

A partir da escolha dos canais, confirmamos que há quatro categorias de programas que se destacam: elas são objeto de canais monotemáticos ou ocupam grande parte de sua grade semanal. Além dos canais selecionados para a pesquisa, sua oferta em outros canais também é numerosa, de modo que alguns programas avulsos também poderão vir a ser selecionados. As categorias a serem analisadas nos canais *lifestyle* são: gastronomia, moda, casa/decoração e viagens. Parece-nos que estes são os temas mais explorados por este tipo de mídia. São também aspectos que se situam no cerne dos estilos de vida que se referem ao cotidiano. Examinando a circularidade que se estabelece entre a mídia, o campo, o mercado, os públicos e os consumidores, podem ser reveladas mudanças recentes nos estilos de vida praticados sobretudo pelas camadas médias e médias-altas nos anos recentes.

## Referências

ANUNCIE no HGTV. Publicado no website Canal do Mídia, c2015-2021. Disponível em: <https://canaldomidia.com/anunciar/hgtv>. Acesso em 15/02/2021.

BOX BRAZIL. c2020. Disponível em: <https://boxbrazil.tv.br/>. Acesso em 15/02/2021.

BOX BRAZIL. 2020. Disponível em : [https://pt.wikipedia.org/wiki/Box\\_Brazil](https://pt.wikipedia.org/wiki/Box_Brazil). Acesso em 15/02/2021.

EXAME ONLINE. 95% de novos clientes de TV por assinatura são classe C ou D. 24/04/2013. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/95-de-novos-clientes-de-tv-por-assinatura-sao-classe-c-ou-d/>. Acesso em 03/02/2021.

FELTRIN, Ricardo. *30 canais abertos e pagos mais vistos em maio*. 21/06/2020a. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/oops/2020/06/21/ranking-30-canais-abertos-e-pagos-mais-vistos-em-maio.htm?cmpid=copiaecola>. Acesso em 03/11/2020

\_\_\_\_\_. *Ranking mostra canais pagos que a elite brasileira vê*. 02/07/2020b.

Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/oops/2020/07/02/exclusivos-quais-os-canais-pagos-preferidos-pelos-mais-ricos-no-brasil.htm>. Acesso em 03/02/2021.

FOOD NETWORK. 10/12/2020. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Food\\_Network](https://pt.wikipedia.org/wiki/Food_Network). Acesso em 15/02/2021.

GUERRA, Anninha. *Discovery Home & Health foi o canal mais assistido da TV por assinatura por mulheres adultas em 2018*. 23/01/2019. Disponível em: <http://www.revistause.com.br/discovery-home-health-foi-o-canal-mais-assistido-da-tv-por-assinatura-por-mulheres-adultas-em-2018/>. Acesso em 15/02/2021.

LEWIS, T. Lifestyle media. In MAGUIRE, J.S. e MATTHEWS, J. (ed.). *The cultural intermediaries*. Londres: Sage, 2014.

MÍDIA FATOS. s.d. Disponível em: <http://midiafatos.com.br/>. Acesso em janeiro de 2020.

NOVEMBRO: Discovery Travel & Living se transforma em TLC. Publicado no site TV Magazine em 30/09/2011. Disponível em:

<https://www.tvmagazine.com.br/noticias/novembro-discovery-travel--living-se-transforma-em-tlc,12704> <https://www.tvmagazine.com.br/noticias/novembro-discovery-travel--living-se-transforma-em-tlc,12704>. Acesso em 15/02/2021.

PNAD/ IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. 2016. Disponível em:

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?edicao=23205&t=resultados>. Acesso em 03/02/2021.

POSSEBON, Samuel. “Programadora Box Brazil completa um ano de atividade; modelo de negociação ainda é o desafio”. 12 de setembro de 2012. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20121224024108/http://www.telaviva.com.br/12/09/2012/programadora-box-brazil-completa-um-ano-de-atividade-modelo-de-negociacao-ainda-e-o-desafio/tl/299018/news.aspx>. Acesso em fevereiro de 2012.

LEWIS, Tania. Lifestyle Media. In: MAGUIRE, J. S.; MATTHEWS, J. *The Cultural Intermediaries Reader*. Londres/California/Nova Deli/Singapura: SAGE, 2014, pp. 134-144.

KANTAR IBOPE MEDIA. *Inside TV: Experiência, influência e as novas dimensões do vídeo*. 2019. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em janeiro de 2020.

RIO2C. “Players”. c2021. Disponível em: <https://www.rio2c.com/players/>. Acesso em 15/05/2021.

SBT fecha exibição de "Bake Off Brasil" no Discovery Home & Health. Matéria publicada no website UOL na Telinha em 22/07/2015. Disponível em <https://natelinha.uol.com.br/noticias/2015/07/22/sbt-fecha-exibicao-de-bake-off-brasil-no-discovery-home--health-90963.php>. Acesso em dezembro de 2019.

TRAVEL Box Brazil. 2/02/2021. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Travel\\_Box\\_Brazil](https://pt.wikipedia.org/wiki/Travel_Box_Brazil). Acesso em 15/02/ 2021.