

# A TV no Brasil: seis décadas e muitas histórias

*TV in Brazil: six decades and many histories*

■ BRUNO CAMPANELLA \*

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (org.) (2010). *História da Televisão no Brasil*. São Paulo: Editora Contexto, 352 p.

## RESUMO

Resgatar a história da televisão é fundamental para a melhor compreensão das dinâmicas sociais, políticas e econômicas envolvendo o indivíduo e a sociedade na qual está inserido. E é exatamente esta a proposta do livro *História da Televisão no Brasil*, organizado por Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo.

**Palavras-chave:** história da televisão, construção do imaginário, décadas de TV no Brasil

## ABSTRACT

Reviewing the history of television is fundamental to better understand social, political and economic dynamics involving the individual and society in which we are inserted. This is exactly the proposal of the book *História da televisão no Brasil*, edited by Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento and Marco Roxo.

**Keywords:** history of television, construction of imaginary, decades of TV in Brasil

\* Doutor em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e mestre em Transnational Communications and the Global Media pelo Goldsmiths College, University of London. Professor do departamento de Estudos Culturais e Mídia da Universidade Federal Fluminense (UFF).

“O fato mais importante a respeito da televisão é que as pessoas a assistem”

(Neil Postman, *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*)

SERIA DIFÍCIL EXAGERAR a importância adquirida pela televisão no cotidiano brasileiro ao longo das seis décadas de sua existência no país. Diferentemente dos seus primórdios, quando ela era quase unicamente encontrada nas salas de estar de alguns domicílios privilegiados das classes média e alta urbana, a TV é, atualmente, uma tecnologia ubíqua em todas as camadas da sociedade nacional. Assistir televisão nunca foi tão fácil: ela pode ser vista no ambiente de trabalho, em bares e restaurantes, em aparelhos de telefonia móvel, nos ônibus e táxis, nos computadores pessoais e, naturalmente, em casa. Apesar de algumas previsões pessimistas acerca de seu eminente declínio, especialmente devido à competição com as novas mídias, como a internet e os videogames, a televisão continua tendo presença marcante no cotidiano do cidadão comum. De acordo com a última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), do IBGE, existia, em 2009, praticamente 96 milhões de aparelhos televisores em domicílios no Brasil – número quase quatro vezes maior do que o de computadores com acesso à internet e, surpreendentemente, superior ao de geladeiras. O cenário não é diferente no que se refere ao volume de conteúdo diariamente produzido. Para John Ellis, vivemos na “era da abundância televisiva” (Ellis, 2000).

Contudo, a importância da TV vai muito além de apreciações quantitativas; ela não é uma simples “torradeira com imagens”<sup>1</sup>. Para Roger Silverstone, a televisão é um conector basilar do mundo individual do sujeito com o social que o cerca. Segundo o pesquisador, “estudar televisão é o mesmo que estudar o cotidiano” (Silverstone, 1989: 77). Resgatar a sua história é fundamental para a melhor compreensão das dinâmicas sociais, políticas e econômicas envolvendo o indivíduo e a sociedade na qual está inserido. E é exatamente esta a proposta do livro *História da Televisão no Brasil*, organizado por Ana Paula Goulart Ribeiro, Igor Sacramento e Marco Roxo. Por meio de um levantamento histórico dos mais importantes programas já produzidos para a TV nos últimos 60 anos, os autores desta coletânea também retratam um Brasil que passa por significativas transformações nas mais diversas esferas.

Embora seja indiscutível o papel proeminente deste meio na articulação do indivíduo com o mundo, em seus aspectos objetivos e subjetivos, surpreende a escassez de relatos no mercado editorial nacional que tentem dar conta de sua história. O livro aqui apresentado ajuda, portanto, a suprir uma parte dessa

1. Definição de Mark Fowler, presidente da FCC (Federal Communications Commission) responsável pela desregulamentação do mercado televisivo americano durante o governo de Ronald Reagan (Miller, 2009: 14).

lacuna existente no campo da comunicação. Diferentemente, porém, de outros valiosos esforços de resgate histórico da TV no Brasil, publicados em forma de livro (Esquenazi, 1993; Federico, 1982; Mattos, 2002, por exemplo), a obra de Ribeiro, Sacramento e Roxo é uma coletânea de artigos escritos por vários pesquisadores da televisão brasileira. Ou seja, ela oferece uma ampla perspectiva sobre o assunto constituída por diferentes pontos de vista e referenciais teóricos. Tal modelo, entretanto, também pode embutir riscos.

É comum encontrar coletâneas – às vezes organizadas e escritas por acadêmicos competentes – que não conseguem apresentar um mínimo de comunicabilidade entre os textos selecionados. A despeito destes serem articulados a partir de uma ou mais questões compartilhadas, frequentemente, o resultado final não demonstra a necessária organicidade acerca das delimitações, problematizações e desafios do objeto proposto pelos editores de modo a justificar a publicação dos textos sob um título comum. Esse definitivamente não é o caso da obra analisada nesta resenha. Ao contrário, *História da Televisão no Brasil* surpreende pela capacidade de abranger discussões sobre temporalidades e gêneros televisivos bastante distintos, ao mesmo tempo em que traz uma afinada contextualização econômica, cultural, política e social dos conteúdos pesquisados, dando, assim, uma coerência narrativa à história da TV nacional.

O livro é dividido em seis partes – uma para cada década analisada – sendo que cada parte é composta por dois ou três textos que examinam diferentes aspectos dos conteúdos produzidos no período.

A primeira contribuição, feita por Marialva Barbosa, apresenta um relato sobre a construção do imaginário em torno de um meio que começa a permitir ao indivíduo alcançar visualmente lugares distantes, ainda que dentro de sua própria casa. A televisão dos anos 1950 começa a modelar novas formas de envolvimento coletivo, indicando o avanço do processo de “privatização do cotidiano”. Assim como Barbosa, Cristina Brandão relata uma atmosfera de otimismo cercando as primeiras experiências da TV brasileira. Textos de Ibsen e Dostoiévski eram adaptados em produções ousadas de teleteatro, que demandavam criatividade de seus realizadores.

Lentamente, porém, o espírito de improvisação da década de 1950 foi dando lugar à maior profissionalização dos anos 1960, período em que ocorreu uma expansão significativa do mercado televisivo no Brasil. Produtores e críticos começaram a conjecturar acerca da natureza de sua audiência. Alexandre Bergamo descreve a influência das recém-introduzidas pesquisas mercadológicas na programação desenvolvida na época: em lugar do teleteatro, investe-se cada vez mais na telenovela, vista como mais adequada para uma audiência familiar. Marcos Napolitano, por sua vez, investiga a influência dos festivais de música

na formação de uma audiência politizada, que vivia sob crescente censura por parte da ditadura militar. O autor também revela como o sucesso dos festivais transmitidos pela TV ajudou a consolidar a indústria fonográfica brasileira. Reconhecida por sua maior profissionalização administrativa, a indústria fonográfica também acaba influenciando no tipo de gestão – tradicionalmente familiar – das emissoras televisivas.

“A renovação estética da TV”, título do texto de Ana Paula Goulart Ribeiro e Igor Sacramento – que inaugura a terceira parte do livro – dá o tom das transformações da televisão nacional na década de 1970. A modernização do meio, iniciada nos anos 1960, ganha novo impulso no começo da década seguinte como consequência de interesses mercadológicos e políticos. Segundo Ribeiro e Sacramento, o ideal de construção de uma “TV de qualidade” começa a se consolidar, em parte, como reação às críticas recebidas por programas que exploravam o “mundo cão”. O gradual aprimoramento da produção de telenovelas foi somente uma das etapas de um projeto que também abrangia a implantação da transmissão televisiva em rede nacional (considerada vital no projeto de integração do país vislumbrado pela ditadura). A TV Excelsior, caçada em 1970 por Médici, teve papel importante nesse processo. Além de ter formado profissionais como Walter Clark e Boni, fundamentais para a posterior implementação do “padrão Globo de qualidade”, a extinta emissora de São Paulo também abrigou um dos mais inovadores telejornais do Brasil, o “Jornal de Vanguarda”, criado por Fernando Barbosa Lima em 1962. De acordo com o texto de Regina Mota, a experiência adquirida com o “Vanguarda” foi fundamental para a empreitada levada a frente por Barbosa Lima, quase 20 anos depois, na TV Tupi: o programa *Abertura*. A produção combinava uma agenda crítica aguçada – crucial durante o período de distensão política do final dos anos 1970 – com uma renovação de linguagem levada a cabo por profissionais conceituados, como Glauber Rocha, diretor de um de seus quadros. Para Mota, a renovação estética introduzida pelo *Abertura* influenciou vários diretores da década de 1980, entre eles, Guel Arraes.

O capítulo escrito por Marina Caminha, que integra a seção do livro dedicada aos anos 1980, faz uma análise da série *Armação Ilimitada*, um dos mais celebrados trabalhos do diretor. Segundo Caminha, a produção da série deve ser pensada dentro do cenário econômico/político brasileiro da época, marcado pela redemocratização política e pelo avanço do neoliberalismo. Esse contexto é explicitado na representação de personagens jovens, despolitizados, preocupados com o corpo e a natureza e que se expressam pelo consumo de imagens. Entretanto, ao mesmo tempo em que havia diretores como Guel Arraes, que buscavam inovar a produção televisiva com programas

caracterizados pelas paródias, colagens e edições rápidas, a década de 1980 também marcou a retomada de fórmulas abandonadas no final dos anos 1960 e início dos 1970. Maria Celeste Mira mostra de que modo Silvio Santos, ao inaugurar o SBT em 1981, começa a apostar no estilo popularesco de *O Povo na TV*, *Viva a Noite*, *Bozo* e outros programas com matrizes testadas na década anterior, para conquistar as classes C e D. Embora tenha, gradualmente, sido obrigado a “melhorar a qualidade” de suas produções para apagar a imagem de “TV do povão” – seguindo a demanda de um mercado publicitário mais exigente – o foco nas camadas socioeconômicas mais baixas parecia acertado. O texto de Marco Roxo descreve a trajetória de um dos mais bem-sucedidos produtos a explorar esse mercado: o *Aqui Agora* do SBT (reencarnação, com pretensão mais jornalística, de *O Povo na TV*). A despeito das transformações que sofreu ao longo dos anos – seja no nome, seja no formato – o programa, criado originalmente na TV Tupi, jamais abandonou seu cunho sensacionalista. A popularidade alcançada pela participação ao vivo de médiuns, curandeiros e jornalistas especializados no “mundo cão” teria influenciado, de acordo com Roxo, a Rede Globo e outras emissoras a investir no popularesco para não perder terreno frente aos concorrentes.

Na quinta parte do livro, dedicada à década de 1990, Kleber Mendonça analisa uma dessas iniciativas: o *Linha Direta* da Rede Globo. Assim como outros programas que serviram de inspiração, entre eles, *O Homem do Sapato Branco* e o próprio *Aqui Agora*, *Linha Direta* espetaculariza a violência e se apresenta à população como um meio de conquista da cidadania. Segundo Mendonça, o discurso dramático, por vezes macabro, de seu jornalismo baseado em investigações criminais que contavam com informações e denúncias dos telespectadores permitiu à Rede Globo reconquistar um mercado popular que estava sendo perdido para o SBT e para a Record. O texto de Beatriz Becker mostra, contudo, que a disputa pela audiência também se acirrava no espectro oposto das produções televisivas: o das telenovelas nacionais de “qualidade”. *Pantanal*, produzida pela Rede Manchete, significou um sério desafio ao domínio que a Rede Globo tinha do gênero no Brasil. A exibição de um paraíso rural idílico, apresentado em sequências longas que valorizavam a natureza e o misticismo selvagem de alguns personagens, teria cativado uma audiência ainda sob efeito do choque causado pelo confisco financeiro do Plano Collor. A ascensão momentânea da já extinta Rede Manchete foi uma prévia das transformações que ocorreram no cenário midiático brasileiro dos anos 1990. Valério Cruz Brittos e Denis Gerson Simões descrevem alguns fatores responsáveis por essas mudanças: a estabilidade da moeda, a reconfiguração do capitalismo e o aumento da

concorrência. Para os autores, a entrada da televisão paga teria inserido o Brasil no mercado televisivo internacional.

Tais mudanças, porém, não foram suficientes para colocar em risco o domínio dos principais grupos televisivos nacionais. A Rede Globo, por exemplo, não poupou esforços para se adaptar rapidamente a um novo cenário marcado pela popularização das mídias digitais. Yvana Fechine e Alexandre Figueirôa relatam, na última parte do livro, as experiências pioneiras da emissora com narrativas *transmídia* entre cinema e televisão. Embora os processos de divulgação e distribuição de filmes coproduzidos pela Globo Filmes nos anos 1990 já demonstrassem uma sinergia entre essas mídias – o que também acontecia no projeto governamental DOC TV de incentivo ao documentário – foi somente na década seguinte que as primeiras produções foram concebidas com ambas as mídias em mente. Fechine e Figuerôa sugerem que o sucesso de “Auto da Compadecida”, originalmente exibida como minissérie e posteriormente reeditada para o cinema, teria sido crucial para o desenvolvimento de outros projetos transmidiáticos no Brasil. Com uma perspectiva semelhante, o texto de Ana Silvia Médola e Léo Vitor Redondo encerra o livro propondo que a ubiquidade dos telefones celulares, computadores e outros dispositivos digitais no cotidiano do indivíduo contemporâneo tem levado produtores televisivos a repensarem suas criações. Cada vez mais, programas para a TV são feitos de modo a instigar a interatividade com a audiência por meio das plataformas digitais.

Talvez, o maior mérito de *História da Televisão no Brasil* seja sua capacidade de refletir sobre aspectos específicos da produção televisiva dentro de um amplo contexto cultural e socioeconômico do país. Em outras palavras, o livro combina depoimentos de atores, produtores, diretores e críticos de televisão – discutindo questões ligadas à linguagem, técnica, estratégia de mercado etc. – com análises macro das transformações políticas, econômicas, estéticas e tecnológicas que ocorreram ao longo das últimas seis décadas.

O resultado final é uma obra bem organizada e instigante, que não deve se restringir àqueles diretamente vinculados aos estudos de TV, podendo também interessar a pesquisadores e curiosos do campo da comunicação em geral. Dentro desta proposta, seria possível supor, por exemplo, que a pesquisa histórica de fenômenos televisivos como *O Homem do Sapato Branco*, *Discoteca do Chacrinha* e *Ratinho* consiga contribuir para reflexões acerca da cultura “spoof” na internet; responsável pela crescente produção de vídeos paródicos que desafiam padrões éticos e estéticos vigentes (Felinto, 2007). Ou seja, a análise da TV enquanto mediadora do indivíduo com o social abre inúmeras alternativas reflexivas, que podem, por sua vez, ser articuladas com outras mídias.

Como em qualquer livro que tente dar conta de um assunto tão extenso, é sempre possível listar temas que ficaram de fora. Programas humorísticos, esportivos, minisséries ficcionais e os hoje onipresentes *reality shows* são alguns dos gêneros pouco (ou que não são) explorados na obra. Contudo, ao invés de indicar uma falta, essa constatação só reforça a sensação de que ainda existe muito para se pesquisar no que concerne à história da TV brasileira. Assim como sugere Neil Postman na epígrafe de abertura desta resenha, a televisão é importante pelo simples fato de que as pessoas a assistem; mais do que isso, as pessoas discutem sobre ela; e o fazem maciçamente. No Brasil, em particular, sua história é extensa e reveladora. Por todos esses motivos, *História da Televisão no Brasil* é uma obra importante e muito bem vinda para os estudos de comunicação. **M**

## REFERÊNCIAS

- ELLIS, John. *Seeing things: television in the age of uncertainty*. Nova York: I. B. Tauris & Co., 2000.
- ESQUENAZI, Rose. *No Túnel do Tempo: uma memória afetiva da televisão brasileira*. Porto Alegre: Artes e Ofícios Editora, 1993.
- FEDERICO, Maria Elvira Bonavita. *História da Comunicação: Rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.
- FELINTO, Erik. Felinto. *Videotrash: O Youtube a cultura Spoof na Internet*. XVI Encontro da Compós, na UTP, Curitiba, p. 1-11, 2007.
- MATTOS, Sérgio. *História da televisão brasileira: uma visao econômica, social e política*. Petrópolis: Vozes, 2002.
- MILLER, Toby. A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In: Freire Filho (ed.) *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*, p. 9-26. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.
- POSTMAN, Neil. *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*. Nova York: Penguin Books, 1986.
- SILVERTONE, Roger. Let us return to the murmuring of everyday practices: a note on Michel de Certeau, television and everyday life. *Theory, Culture and Society*, vol.6, p. 77-94, 1989.

---

Resenha recebida em 14 de dezembro de 2010 e aprovada em 31 de janeiro de 2011.