



## TELEVISÃO BRASILEIRA: UMA (RE)VISÃO

**Maria Luiza Gonçalves Baracho\***  
**Universidade Federal do Paraná – UFPR**  
[mlgb@terra.com.br](mailto:mlgb@terra.com.br)

**RESUMO:** Revendo a bibliografia especializada, da década de 1970 em diante, verifica-se que poucos autores analisaram os vinte primeiros anos da televisão brasileira. Essa tem sido uma tarefa de memorialistas, que registram lembranças e saberes daquela época. Há quem afirme que, no Brasil, a TV seria um fenômeno significativo somente depois da criação da Rede Globo. Sem dúvida, com as redes nacionais foi reformulado o antigo modo de fazer televisão, que, nem por isso, deve ser esquecido. O que se pretende é apontar algumas das razões que ainda fazem, do início da TV brasileira, um tema de pouco interesse para a historiografia.

**ABSTRACT:** Reviewing the specialized bibliography about Brazilian television history from the 70's forward, verifies that few authors wrote about the first twenty years of Brazilian television. This task has been taken by memorialists, who register remembrances and bits of information of the period. Some say that television in Brazil became a significant phenomenon only after the creation of the net – Rede Globo. Doubtless, with the national networks, the old way of doing television, although remodeled, neither that, should be forgotten. Our aim is to point out a few reasons why the beginnings of Brazilian television has not aroused so much interest for historians.

**PALAVRAS-CHAVE:** Televisão – História – Bibliografia

**KEYWORDS:** Television – History – Bibliography

Nos últimos anos, vários livros sobre a televisão têm sido publicados no País, especialmente sobre a televisão brasileira. Muitos deles são escritos por conhecidos homens de comunicação, preocupados em deixar o registro do que viveram e presenciaram em seu cotidiano de trabalho.<sup>1</sup> Outros livros, lançados do final dos anos 1970 para cá, têm origem em teses e atividades acadêmicas, sendo que vários deles são títulos esgotados.

---

\* Mestre em História pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), vinculada ao Programa de Pós-Graduação em História na mesma Universidade (doutoranda); pesquisadora da Diretoria do Patrimônio Cultural da Fundação Cultural de Curitiba (DPC/FCC).

<sup>1</sup> A importância atribuída aos 50 anos da televisão no Brasil, comemorados em 2000, certamente serviu de estímulo para o lançamento de novos trabalhos sobre o tema, agregando autores e editores para um tema que mobiliza o público interessado em cultura.

O que se questiona é por que os primeiros vinte anos da televisão brasileira têm merecido principalmente a atenção de memorialistas, sendo poucos os autores que, ao tratarem da cultura brasileira e da importância dos meios de comunicação no país, fixam seu olhar sobre a TV daquela época. Entre eles, o sociólogo e antropólogo Renato Ortiz, no livro “A Moderna Tradição Brasileira”,<sup>2</sup> e o jornalista e professor de cinema, Inimá F. Simões, nos textos “TV à Chateaubriand”, publicado em 1986, e “A Nossa TV Brasileira”, de 2004.<sup>3</sup> No entanto, em diferentes abordagens, a televisão de caráter empresarial, dirigida por homens de negócios e que se firmou com as redes nacionais de comunicação, a partir da década de 1970, tem sido objeto de vários estudos.

### **“Escrever sobre a televisão brasileira na década de setenta é praticamente escrever sua história”**

Com esta frase, que dá início ao artigo “Um só povo, uma só cabeça, uma só nação”, a psicanalista e ensaísta Maria Rita Kehl se refere à televisão que, no Brasil do início da década de 1970, já havia elaborado seu próprio modelo de organização e produção, consubstanciado na Rede Globo – parâmetro de eficiência na indústria cultural que, vigorosamente, se expandia e se consolidava no país. Escrever sobre a televisão daquela época significa, então, nas palavras daquela autora, retomar a história da indústria cultural no Brasil “[...] ligada à atuação dos grandes monopólios econômicos, e conseqüentemente à história da Globo”.<sup>4</sup>

Nesse sentido, seria possível completar a frase inicial dizendo que a história da televisão na década de 1970 se confunde com a história da rede Globo. Organizada segundo um modelo empresarial de produção totalmente voltado para o mercado, que rapidamente se ampliou, a Globo estabeleceu sua supremacia no cenário brasileiro.

Para isso, colaborou a criação do chamado *padrão Globo de qualidade*, que se firmou ainda mais depois da implantação da televisão em cores no país, em 1972. Nessa época, com exceção de poucas estações locais, as emissoras já se encontravam interligadas em rede. O *padrão Globo* passou a servir de referência para a TV brasileira.

---

<sup>2</sup> ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999.

<sup>3</sup> SIMÕES, Inimá F. TV à Chateaubriand. In: COSTA, Alcir Henrique da; et al. (Coord.). **Um país no ar**: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986. p. 11-121.

<sup>4</sup> KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. (Coord.). **Anos 70**: televisão. Rio de Janeiro: Europa, 1980. p. 5-29. v. 7.

Existe, no entanto, o reverso da moeda. Se, por um lado, a Globo se transformou em modelo e definiu um certo modo de fazer televisão, onde merecem atenção, entre outras coisas, a limpeza da imagem e do texto, de outro, estão as demais emissoras. Tomadas em conjunto, elas operavam (e operam) de forma diferente, com outro padrão, o que se tornou visível não só na programação, mas em toda a publicidade veiculada, explicam o antropólogo Carlos Alberto M. Pereira e o cineasta Ricardo Miranda.<sup>5</sup> Esse outro padrão “[...] incorpora e lida fundamentalmente com aquilo que [...] *do ponto de vista da definição de qualidade da Globo* aparece como ‘mau gosto’, como ‘popularesco’ e assim por diante”.<sup>6</sup> (destaque nosso) Na verdade, o que estava (e continua) em jogo para todas as redes é a maneira como podem e devem atingir o público telespectador, na disputa pela audiência e pela verba publicitária.

Na Globo, Boni (José Bonifácio Oliveira Sobrinho) e Walter Clark conseguiram concretizar, a partir de 1967, um projeto empresarial que já haviam idealizado quatro anos antes, quando ambos trabalhavam na TV Rio. Naquela época, a TV Rio estava em crise depois de perder grande parte de seus funcionários para a Excelsior, que ofereceu a todos salário dobrado. Boni e Walter Clack acreditavam

[...] que só uma central de produções e uma programação nacional tornariam viável a televisão em termos empresariais, pela diluição de custos e o alcance de um mercado realmente majoritário, o de Rio-São Paulo. [...] a central de produções só pôde mesmo ser feita anos depois, graças à consciência e aos recursos postos à disposição pela Rede Globo.<sup>7</sup>

O êxito nacional obtido pela Rede é a prova do acerto daquela visão empresarial. No entanto, cabe lembrar que muitas das medidas postas em prática pela Globo tiveram origem na TV Rio (1955-1977) e na TV Excelsior (1959-1969). A TV Rio foi uma das primeiras a se coadunar com uma visão empresarial moderna, como afirma o sociólogo Alcir Henrique da Costa. Dela veio a idéia de utilização do equipamento de videoteipe (VT), em 1960, fundamental para racionalizar a programação da emissora. Videoteipe que se tornaria, depois, elemento chave para a criação de redes que fizeram circular pelo Brasil programas como os da TV Excelsior e

<sup>5</sup> PEREIRA, Carlos Alberto; MIRANDA, Ricardo. **Televisão: as imagens e os sons – no ar, o Brasil.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

<sup>6</sup> Ibid., p. 34.

<sup>7</sup> Trecho de fala atribuída a Boni, publicado pela revista Fatos e Fotos, s/d, e reproduzido por Alcir Henrique da Costa. (COSTA, Alcir Henrique da. Rio e Excelsior: projetos fracassados? In COSTA, Alcir Henrique da.; et al. (Coord.). **Um país no ar: história da TV brasileira em três canais.** São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 137.)

da TV Tupi. Veio também, da TV Rio, a definição da horizontalidade (programas apresentados de segunda a sexta-feira, como as novelas) e da verticalidade da programação (organização diária da programação que acostuma o telespectador a uma ordem determinada de programas), rompendo com imposições dos anunciantes – o que já se fazia na televisão norte-americana. Essa fórmula de programação foi adotada, também, pela TV Excelsior, que começou a desenvolver linguagens e temáticas brasileiras, substituindo as adaptações de obras estrangeiras. Assim, a Excelsior desenvolveu a telenovela em capítulos e criou, como espaço entre as novelas, o telejornal diário, seguindo o padrão norte-americano de telejornalismo.<sup>8</sup>

Apesar dos avanços realizados por aquelas emissoras, para muitos brasileiros – e aí se inclui Maria Rita Kehl, foi a partir da Globo que a televisão “[...] passou a existir como fenômeno social significativo e como sistema abrangente”.<sup>9</sup> E isso na medida em que ampliou seu público, se tornou mais eficiente e, sob novos critérios, reformulou sua programação.

A grande virada da TV Globo do Rio de Janeiro, inaugurada em abril de 1965, ocorreu a partir do ano seguinte, quando a empresa deixou de ser comandada por pessoas do meio-artístico e sua direção foi entregue a Walter Clark, que idealizara uma televisão fundamentada nos termos da indústria da propaganda. A partir daí, a televisão passou a ser “[...] pensada prioritariamente como um empreendimento comercial, e só em consequência disso como um veículo divulgador de arte, cultura, entretenimento, informação. A programação passou a ser pensada em função das estratégias de comercialização da televisão”.<sup>10</sup> Mudaram também as relações com os anunciantes e as táticas da concorrência para garantir audiência, explica Maria Rita Kehl. Se, em 1968, a audiência da Globo, no Rio de Janeiro, já chegava a 49%, com o início das transmissões em redes nacionais, em 1969 passou a ocupar lugar de destaque no cenário nacional.<sup>11</sup>

Note-se que, ao longo da década de 1960, ainda estava em formação o público brasileiro de televisão (embora no Rio e em São Paulo a TV já existisse desde 1950).

---

<sup>8</sup> Cf. COSTA, Alcir Henrique da. Rio e Excelsior: projetos fracassados? In COSTA, Alcir Henrique da.; et al. (Coord.). **Um país no ar**: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 160-166.

<sup>9</sup> KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. (Coord.). **Anos 70**: televisão. Rio de Janeiro: Europa, 1980, p. 5. v. 7.

<sup>10</sup> KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. In: *Ibid.*, p. 174.

<sup>11</sup> *Ibid.*, p. 176.

Em 1960, quando as cidades apresentavam significativo crescimento, menos de 5% dos domicílios do país possuíam um televisor. Dez anos depois, essa percentagem superou 24%, concentrados nas regiões Sul e Sudeste. No Sudeste, em mais de 40% das moradias havia televisão.<sup>12</sup> Considerando o número de aparelhos existentes no país, pode-se afirmar que, em 1960, eram 600 mil; dez anos depois chegavam a 4.600.000. Para 1979, o salto foi significativo: 16.700.000 televisores, sendo 4.530.000 em cores.<sup>13</sup>

Isso ocorreu porque as redes de televisão (em especial a Globo) levaram seu sinal aos pontos mais longínquos do Brasil numa época em que os televisores se mostravam mais acessíveis à população. É por essa razão que, no texto “Eu vi um Brasil na TV”, a Globo se torna objeto de análise de Maria Rita Kehl – objeto esse que vai muito além da própria emissora, pois o que se descortina é o processo de formação das redes de televisão, beneficiadas pela modernizadora política de telecomunicações adotada pelo Estado.

As redes, segundo os princípios de Segurança Nacional, professados pelo governo militar, deviam servir como fator de integração nacional. Entretanto, a partir de 1969, quando começaram as primeiras transmissões, estas acabaram por integrar os brasileiros não como povo, mas como público – público consumidor, segundo o jornalista e crítico de televisão Eugênio Bucci. Afirma ele que “[...] o modelo de televisão que vingou no Brasil soube unificar o país no plano do imaginário por cima de um alicerce [...] marcado por desencontros, rupturas, abismos sociais. Conseguiu que um país desunido (real) se visse (se imaginasse) unido”.<sup>14</sup> O Brasil passou a ser, portanto, o país da telinha, representado por uma imagem idealizada de sociedade, que não mostrava a profunda desigualdade social, cultural e econômica de seu povo. Desse país, da telinha, questões fundamentais passavam longe ou assumiam formas amenizadas. Criava-se, em detrimento do Brasil real, uma imagem. “Fora da TV, talvez seja muito improvável encontrar algum Brasil para ser visto. É difícil enxergá-lo”. Isso significa, explica Bucci, que o Brasil real, não mostrado na TV, “foi perdendo sua legitimidade no espaço público”, como se fosse um Brasil menor, sem importância, até

---

<sup>12</sup> HAMBURGUER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In: NOVAIS, Fernando A. (Coord.). **História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000, p. 448-449. v. 4.

<sup>13</sup> MELLO, João de Mello C. de; NOVAIS, Fernando A. Capitalismo tardio e sociabilidade moderna. In: *Ibid.*, p. 638.

<sup>14</sup> BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997, p. 13.

que “o Brasil fora da TV começou a inexistir”.<sup>15</sup> E, assim, o *país da TV* passou a destacar e criar certos fatos e acontecimentos, e a moldar e a ditar comportamentos, gostos e necessidades, colaborando, nesse processo, entre outras coisas, para o fortalecimento de inúmeros setores da indústria, inclusive da indústria cultural. Desse modo, a produção cultural desvinculada da mídia de certa forma também passou “a inexistir”, usando a expressão de Bucci.

Sem dúvida, a televisão que emergiu na década de 1970 rompeu com o antigo modo de fazer televisão, que vinha da época das primeiras emissoras, fortemente influenciadas pelo rádio. Emissoras que atuavam de forma independente, sempre às voltas com problemas de equipamentos e de programação, esforçando-se, nas apresentações ao vivo, para não errar.

Além disso, o Brasil da década de 1970 já se distanciara muito do país que tinha sido vinte anos antes. Daquela década em diante, a nova forma de fazer televisão foi constantemente aperfeiçoada, para atingir público sempre maior, mesmo nos locais mais remotos, e garantir mercado, no exterior, para a produção televisiva brasileira.

São justamente a complexidade e importância que a nova televisão assumiu ao longo dos anos que explicam o grande interesse que leva muitos autores a analisá-la, em abordagens diferenciadas, na busca de entender sua inserção na indústria cultural contemporânea e qual tem sido seu lugar na vida dos brasileiros.

Todavia, não se pode ignorar a televisão brasileira das décadas de 1950 e 60, cujos estudos precisam ir além dos simples relatos de memória. Isso é importante para ampliar nosso entendimento do Brasil do pós-guerra aos anos 1970. Portanto, escrever sobre a televisão brasileira da década de setenta não é “praticamente escrever sua história” – na televisão que a antecedeu existem inúmeros meandros a desvendar.

### **A televisão em livros de memórias**

Sobre a antiga forma de fazer televisão no Brasil, Maria Rita Kehl traduz certa fluidez que permeava todo o processo: “Talvez a TV tenha sido muito mais criativa,

---

<sup>15</sup> BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997, p. 14.

muito mais solta, nos vinte anos anteriores, quando tudo estava por ser inventado e não havia modelos prontos”.<sup>16</sup>

Certamente aquele foi um tempo em que, na televisão brasileira, tudo estava por ser feito, e a criatividade tinha espaço para driblar a precariedade. Sendo impossível adquirir algum equipamento, inventava-se algo parecido. Ao errar um movimento de câmera, descobria-se como fazer um corte ou trabalhar um plano. Quando as câmeras não tinham jogo de lentes para produzir o zoom, este era obtido quando o operador subia degraus de uma escada. Na programação ao vivo, era exigida sincronia perfeita de todos os participantes para evitar erros, fatalmente apreendidos por uma das câmeras diretas. Erros que, antes do videoteipe, não podiam ser corrigidos e tudo ficava “por conta da presença de espírito dos profissionais”.<sup>17</sup>

Profissionais que aprenderam o ofício trabalhando. Utilizando grandes e pesadas câmeras, era preciso atenção para manobrá-las, para não tropeçar no emaranhado de fios, não apoiar o corpo no pano preto que fazia o fundo do cenário, nem aproximar demais da girafa, o imenso microfone deslocado pelo estúdio.<sup>18</sup> Radialistas transformados em apresentadores e atores de teatro fazendo televisão precisavam adaptar voz e gestos à nova linguagem.<sup>19</sup> No estúdio, o tempo foi assumindo significado próprio – o tempo necessário para ajustar o cenário e o figurino, o tempo da apresentação ao vivo, o tempo do comercial, o tempo de espera pelo próximo programa – tempo percebido em todas as suas frações. A ele atribuíram-se novo significado e valor: o tempo da televisão, comprometido com o público, ao qual se agregou valor econômico.

Para as emissoras que foram surgindo no Brasil, a partir de 1950, tão ou mais importantes que a programação eram as questões técnicas que exigiam soluções e que interferiam diretamente na produção dos estúdios. Como a televisão brasileira surgiu

---

<sup>16</sup> Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. (Coord.). **Anos 70: televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1980, p. 5. v. 71.

<sup>17</sup> SIMÕES, Inimá F. TV à Chateaubriand. In: COSTA, Alcir Henrique da.; et al. (Coord.). **Um país no ar: história da TV brasileira em três canais**. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 51.

<sup>18</sup> Ver: LORÊDO, João. **Era uma vez ... a televisão**. São Paulo: Alegro, 2000, p. 5-6.

<sup>19</sup> “Havia uma preocupação em introduzir a voz branca em oposição às inflexões da voz do rádio-teatro, em se produzir uma imagem ‘sem contrações musculares’ em contraposição ao modelo do teatro”. (Trecho de depoimento de Vida Alves, Gianfrancesco Guarnieri, Walter Durst; reproduzido por Renato Ortiz em: **A moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 98.)

poucos anos depois das emissoras norte-americanas e européias, não existiam modelos prontos que servissem de guia tanto para a implementação da nossa TV como para suas atividades cotidianas de produção.<sup>20</sup> Daniel Filho, que começou no teleteatro da TV Rio, em 1957, lembra:

A televisão existia havia apenas nove anos no Brasil. E a gente estava aprendendo a fazer a coisa. Todo mundo. Na marra, no dia-a-dia, e sem ninguém para ensinar. Qualquer profissional ali iria acabar aprendendo a executar uma ou outra função daquelas. Ou mesmo todas. Na verdade, todo mundo criado nessa fase aprendeu a jogar nas onze. Não havia como trabalhar na televisão sem fazer todos os gêneros e funções. Eu não fui exceção.<sup>21</sup>

Ou seja, as pessoas aprenderam a fazer televisão na prática, no dia-a-dia, testando e criando novas soluções.

A experimentação, a persistência e a ousadia orientaram a ação dos primeiros homens da televisão tupiniquim, inaugurada em 18 de setembro de 1950. Nas palavras de Chateaubriand:



[...] com Prata Wolff, lãs Sams bem quentinhas, Guaraná Champagne borbulhante de bugre e tudo isso bem amarrado e seguro na Sul América, faz-se um *bouquet* de aço e pendura-se no alto da torre do Banco do Estado, um sinal da mais subversiva máquina de influenciar a opinião pública – uma máquina que dará asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados.<sup>22</sup>

Não há, no discurso inaugural da TV Tupi, referência à televisão como veículo de informação e cultura. Chateaubriand fala do progresso do país e destaca conhecidas empresas que, por ele mobilizadas, pagaram por anúncios, o que garantiu suporte financeiro ao projeto de implementação da TV. Tal novidade ocorreu quando poucos brasileiros conheciam televisão e raros eram os televisores à venda no comércio. Nessa época, dois terços da população do país viviam na área rural, em propriedades onde a energia elétrica só chegaria muitos anos depois.

Não obstante, a participação de anunciantes ocorreu antes mesmo da formação de um público de televisão, ou seja, desde o início a televisão se apresentou como

<sup>20</sup> Durante as décadas de 1920 e 1930, na Europa e nos Estados Unidos, foram realizadas muitas experiências com televisão. A incorporação de uma nova tecnologia, a válvula orthicon, que equilibrava a luz e melhorava a qualidade técnica da imagem, a partir de 1940 habilitou a TV a ganhar mundo com um sistema totalmente eletrônico.

<sup>21</sup> DANIEL FILHO. **O circo eletrônico**: fazendo TV no Brasil. Rio de Janeiro: Zahar, 2001, p. 20-21.

<sup>22</sup> Trecho do discurso de Assis Chateaubriand ao inaugurar a TV Tupi, em 1950: ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 59.

empreendimento. A menção, no discurso inaugural, a elementos tão díspares no cenário brasileiro, como pratas Wolff e guaraná da Amazônia, Sul América e Banco do Estado, é um indicativo dos muitos interesses em jogo no país. De certa forma, não apenas a cerimônia de inauguração e o discurso de Chateaubriand, mas a base econômica que deu sustentação à televisão pioneira, também já apontava para a fragilidade da televisão que se instaurava em 1950.

Fundada a TV Tupi, outros canais foram sendo criados ao longo das décadas de 1950 e 1960, espelhando-se nas primeiras emissoras de São Paulo e do Rio de Janeiro. Até o início das transmissões em rede, no final dos anos 1960, os sinais de televisão chegavam a um público definido pelo alcance da antena e das repetidoras de cada emissora. Nesse sentido, pode-se dizer que a televisão nasceu local e, por isso, muitos programas veiculados pelos diferentes canais destinavam-se a públicos regionais. Tem razão Gabriel Priolli quando afirma:

Antes de enxergar o Brasil, ou um certo Brasil – o das redes –, o público viu na telinha a sua própria face, a sua terra, a sua região. De setembro de 1950, quando se inaugurou a TV Tupi de São Paulo – [...] até abril de 1960, quando foi introduzida aqui a tecnologia do videoteipe, a televisão só existiu onde estavam erguidas as antenas de transmissão.<sup>23</sup>

Como as emissoras eram autônomas (ainda que muitas pertencessem à Tupi), eram elas mesmas que resolviam seus problemas específicos, inclusive os de ordem técnica, o que exigia investimentos e formas de gerenciamento capazes de atrair verbas publicitárias. Isso significa que, mesmo fora do eixo Rio-São Paulo, logo se percebeu que a TV precisava gerar capitais para se tornar viável.

A autonomia dos canais de televisão se refletia na programação levada ao ar. Além de fazerem programas e comerciais ao vivo, com patrocínio local, as emissoras negociavam a compra do direito de exibição de seriados, desenhos e filmes, em geral norte-americanos, que ajudavam a compor a programação e, muitas vezes, o patrocinador já enviava sua propaganda pronta para ser exibida. Com o uso do videoteipe, programas realizados e gravados no Rio de Janeiro e em São Paulo passaram a ser apresentados nos demais canais de televisão do país, com atraso proporcional à distância que os separava dessas localidades.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> PRIOLLI, Gabriel. Antenas da brasilidade. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 16.

<sup>24</sup> Cf. Ibid., p. 16-18.

É essa televisão dos primeiros tempos, em que a experiência e o conhecimento de cada indivíduo teve papel destacado, que serve de substrato para os livros de memória. Depoimentos e memórias (em geral referentes a São Paulo e Rio de Janeiro) que revelam que as emissoras implantadas no país, nas décadas de 1950 e 1960, tiveram trajetórias parecidas. Ao se reportarem às dificuldades cotidianas, às lutas para permanecerem no ar, à programação, à adoção de novas tecnologias, às dificuldades de gerenciamento e ao avanço da indústria cultural, esta também em fase de afirmação e expansão, tais testemunhos acabam revelando as peculiaridades locais. Trata-se, portanto, de temas recorrentes nos livros dedicados à memória da televisão, especialmente quando abordam o período anterior a 1970. Sendo escassos os depoimentos e escritos sobre as emissoras implementadas no país, principalmente nas décadas de 1950 e 1960, e poucos os documentos preservados, há uma grande lacuna na história das antigas emissoras, de modo que os memorialistas tentam fazer, à sua maneira, o registro do que consideram importante.

Novos títulos foram lançados com as comemorações dos cinquenta anos de televisão no Brasil e dos trinta e cinco anos da Rede Globo. Dentre eles, **Era uma vez ... a televisão**, de João Lorêdo, em que ele conta sua longa experiência na televisão brasileira.

Uma das razões que me levaram a relatar a caminhada de 49 anos na televisão brasileira é o fato de poder, ao mesmo tempo, e em razão dessa minha trajetória, mencionar aqueles que trilharam ao meu lado esse caminho, possibilitando assim que sejam lembrados e não fiquem perdidos na poeira do tempo. São pessoas e fatos importantes que fizeram e fazem a história da TV brasileira.<sup>25</sup>

Com essa introdução, Lorêdo sintetiza o espírito que leva alguém a escrever suas memórias.

Na mesma direção, estão as coletâneas de depoimentos, como a organizada por Gonçalo Júnior, com o título **Pais da TV**, que reproduz entrevistas com personalidades conhecidas, como Armando Nogueira, Dias Gomes, Guel Arraes, Herbert Richers, Wolf Maia e outros. O autor esclarece: “‘Pais da TV’ traz dezesseis entrevistas que compõem um pequeno e fragmentado panorama dos 50 anos de TV no Brasil. As conversas com alguns dos mais importantes representantes da indústria televisiva brasileira foram originalmente publicadas na seção *Homens de TV*, do caderno *Leitura de Fim de*

---

<sup>25</sup> LORÊDO, João. **Era uma vez ... a televisão**. São Paulo: Alegro, 2000, p. 5-6.

*Semana*, da Gazeta Mercantil, entre maio de 1998 e julho de 2000”. Na apresentação, Daniel Piza escreve: “Este livro já se justificaria pela impressionante escassez de informações sobre a agora cinquentenária TV brasileira”.

A coletânea “A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário”, com introdução de Eugênio Bucci, reúne autores como Esther Hamburger, Inimá Simões, Gabriel Priolli e outros, cujos artigos problematizam e analisam a TV brasileira em sua trajetória, tendo como pano de fundo o próprio país.

Nessa bibliografia recente, destaca-se o livro de Daniel Filho, “O Circo Eletrônico”, que vai além de simples memória: como um manual, ele se propõe a explicar como é fazer televisão hoje, apresentando o trabalho do autor, do diretor, as técnicas de direção, a atuação da equipe e dos atores e a pós-produção.

Tais livros visam, segundo os próprios autores, preservar a memória da TV brasileira, que desaparece, como se sabe, por falta de registro e de sistematização de fontes, dispersas entre acervos particulares e de novas empresas de telecomunicações. Muitos desses homens de televisão são antigos diretores, apresentadores e técnicos, interessados em contar a trajetória das emissoras onde trabalharam, numa época em que, para resolver problemas cotidianos, tinha grande importância a iniciativa individual.

Assim, no livro de memórias, é a experiência pessoal que dirige a narrativa, circunscrita à percepção do autor. Sem dúvida, como testemunho ilustrado por fotos em geral inéditas, esses livros têm seu valor. E, ao contar o que presenciou e o que observou, o autor não deixa de elaborar a memória do que ele gostaria que fosse lembrado, a história *verdadeira*, passada a limpo, na qual ele também está inserido, a memória pela qual também será lembrado. De qualquer forma, esses textos fragmentados, assim como entrevistas, publicadas ou não, fornecem indicações para análises mais abrangentes, que escapam aos interesses e objetivos do narrador.

Outros livros contêm levantamentos sobre temas específicos, como o escrito por Ismael Fernandes, “Telenovela Brasileira: memória”, na década de 1980, e que por isso podem fornecer elementos para outras pesquisas. Verdadeiros manuais, essas publicações nem sempre citam as fontes utilizadas pelo autor. Nessa mesma linha se enquadra o Dicionário da TV Globo, um inventário sobre a produção da emissora.

## A televisão como objeto de pesquisa

Comparando a bibliografia que existe sobre cinema e televisão no Brasil, o diretor e roteirista de cinema, Roberto Moreira, expressa, em seu texto “Vendo a televisão a partir do cinema” (de 2000), a surpresa de constatar que, até aquela época, pouco se havia escrito sobre televisão no Brasil. Enquanto a bibliografia sobre cinema brasileiro cabia em duas estantes, diz ele, sobre a história de nossa TV os livros ocupavam uma prateleira. Alguns deles eram livros de memórias; outros, retratos de personalidades da TV; ou levantamentos, como fez Ismael Fernandes sobre telenovela. “Mas uma obra compreensiva, com dados confiáveis... simplesmente não existe. Que contraste com a história do cinema”.<sup>26</sup>

Uma explicação é apontada pelo próprio autor: o fato de que, sobre televisão, ainda não existia – nem existe – um levantamento sistemático e completo sobre a documentação, a programação exibida pelas emissoras, a audiência e seu significado, a recuperação e a análise abrangente dos programas exibidos. Nesse sentido, para R. Moreira, a televisão não existe como objeto de pesquisa e estudo. Para o cinema, ao contrário, pesquisa semelhante vem ocorrendo desde a década de 1970, alimentando a produção bibliográfica. O descaso pela televisão resultaria do fato de a ela não ser atribuída importância como tema de estudo, vista como meio de massa, pouco nobre, com prestígio muito menor que o do cinema.<sup>27</sup>

Realmente houve época em que a televisão foi considerada tema irrelevante para merecer a atenção de historiadores – não era objeto suficientemente digno de estudo. Assim, no Brasil, até o final da década de 1970, os historiadores estiveram ocupados com temas considerados maiores: a história econômica e o materialismo histórico, teorias da dependência, ciclos econômicas, escravismo colonial, ocupação do território nacional, formação social brasileira, proletariado, campesinato, movimentos sindicais e estudos demográficos, entre outros. Entretanto, na década de 1980, ampliando o horizonte historiográfico, novos objetos de pesquisa ganharam espaço: questões de gênero, vida privada, urbanização, história do cotidiano – e, nesse contexto, a história do rádio e da televisão.

---

<sup>26</sup> MOREIRA, Roberto. Vendo a televisão a partir do cinema. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000, p. 50.

<sup>27</sup> Cf. Ibid. p. 50-53.

Constatou-se, então, a complexidade da história da televisão brasileira, pois as emissoras, em funcionamento em diversas regiões do país, mantiveram-se locais até a criação das redes por satélite, em operação no início da década de 1970. Assim, em razão de existirem tantas histórias locais quantas eram as emissoras, transformou-se em desafio escrever a história dos primeiros vinte anos da TV brasileira. Muitos dos antigos profissionais de televisão consideram que, apesar de características comuns, há uma história da televisão em São Paulo, outra no Rio de Janeiro, outra em Belo Horizonte, e assim por diante, embora existam características comuns. “Existem as peculiaridades que só serão contornadas com o processo de desenvolvimento da TV em direção a um sistema de difusão nacional”, o que se efetivou com a implantação das redes de telecomunicações, que impuseram, “na prática, um dialeto televisivo único, exprimindo uma ordem supra-regional”.<sup>28</sup> Desse modo, a padronização das emissoras afiliadas às redes e da programação exibida simultaneamente em todo o território nacional representou o golpe final para quem sonhava em reanimar alguma produção local, que pudesse competir com a programação principal.

Vale ressaltar que, no Brasil, a televisão foi criada e estruturada como forma de entretenimento, absorvendo elementos tanto do rádio, como da nossa cultura popular, e da norte-americana, marcante na música veiculada nas rádios e nos filmes exibidos no país dos anos de 1950. Assim, compunham a programação das emissoras brasileiras de televisão entrevistas, shows de variedades, programas de auditório e teleteatros – e também os filmes e seriados americanos. Como entretenimento e distração, a televisão devia ser vista, também, distraidamente, o que justificava sua linguagem fragmentada, direta, onde tudo deve ser dito e percebido no tempo mínimo.

Além disso, como explica o jornalista Sérgio Mattos, “desde o seu início, a televisão brasileira se caracterizou como veículo publicitário, seguindo o modelo comercial norte-americano”<sup>29</sup> – ou seja, a televisão brasileira sempre foi comercial, vinculada aos anunciantes, mesmo que, no início, muitas emissoras estivessem ligadas a empresas, como as de rádio, que lhes garantiam certa estabilidade econômica (como a TV Paranaense, da Organização Nagibe Chede, e a TV Paraná, dos Diários e Emissoras Associados). Uma vez que a televisão nasceu voltada para o mercado, como potencial

---

<sup>28</sup> SIMÕES, Inimá F. TV à Chateaubriand. In: COSTA, Alcir Henrique da.; et al. (Coord.). **Um país no ar: história da TV brasileira em três canais**. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 35.

<sup>29</sup> MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 70.

produtora de cultura de massa, por muito tempo ela não se constituiu em tema que merecesse estudos mais apurados.

No Paraná, existem indícios para entender esse desinteresse em relação à TV, inaugurada em 1960. Os primeiros anos foram de luta para obtenção de equipamentos e de local adequado para suas instalações. Também foi a época de formação de público telespectador e de convencimento de futuros patrocinadores para que acreditassem na potencialidade da TV como veículo de comunicação. Ademais, até 1965, quando os equipamentos de videoteipe chegaram às emissoras, com exceção de séries e desenhos, a programação era ao vivo. Somando-se a tudo isso o fato de que informações e notícias chegavam com atraso, e que o golpe militar contou com apoio, direto ou tácito, de grande parte da sociedade, inclusive dos que detinham os meios de comunicação, pode-se imaginar que não havia propriamente interesse em apoiar ou divulgar, de forma eficiente, os movimentos que, em cidades como São Paulo, Rio de Janeiro e mesmo Salvador, questionavam o que acontecia no país e renovavam o panorama cultural brasileiro.

Fica a idéia de que, no Paraná, e provavelmente em outras regiões, a grande preocupação das emissoras, nos primórdios da televisão local, era com as questões técnicas e de programação. Havia, também, a intenção de apresentar à família curitibana programas de bom nível, como, por exemplo, musicais e teleteatros. Como entretenimento, e envolvida com questões de ordem prática, a televisão não estava interessada nas discussões culturais que na década de 1960 incendiavam o país; muitos as viam como fúteis preocupações de intelectuais e artistas.

Somando-se, ao que já foi dito, a necessidade de aprofundar os estudos sobre a televisão brasileira, se explica a inexistência dessa “obra compreensiva” sobre a TV brasileira, como gostaria de ver Roberto Moreira.

### **A televisão e a efervescência da década de 1960**

A partir dos anos 1960, ocorreu no Brasil um processo de consolidação do mercado de bens culturais. E, ao menos no Rio e em São Paulo, em meados da década, a televisão se firmou como veículo de massa, o mesmo ocorrendo com as indústrias fonográfica, editorial, de publicidade e outras. “Penso que o que melhor caracteriza o advento e a consolidação da indústria cultural no Brasil é o desenvolvimento da

televisão”, afirma Renato Ortiz.<sup>30</sup> Coube a ela integrar os brasileiros como consumidores, em uma economia de mercado onde as opções de consumo se diversificavam. Os anúncios publicitários, segundo a professora de história, Anna Cristina Camargo Moraes Figueiredo, divulgados na televisão, em jornais e em revistas, incentivaram, ininterruptamente, desde a década de 1950, a generalização do apelo ao consumo, de tal modo que o consumo já não ocorria a partir de uma necessidade efetiva – necessário era consumir. “Consumir tornou-se, em si, uma necessidade, independentemente do que se consumisse”.<sup>31</sup> As noções de liberdade e consumo fundiram-se, então, em outro significado, e liberdade se traduziu em comprar, vender e “[...] acumular símbolos de bem-estar e ascensão social, ao passo que os direitos de opinar, discutir, votar e lutar, uma vez que não satisfaziam os desejos mais imediatistas de promoção e satisfação pessoais, iam sendo paulatinamente relegados a segundo plano”.<sup>32</sup>

Então, nesse Brasil dos anos 60, fortalecia-se uma cultura de consumo no país, festejada pela classe média. Ao mesmo tempo, havia forte atuação de artistas, intelectuais e estudantes universitários no sentido de articular a expressão de uma consciência nacional, orientada para a emancipação da nação, cujo sujeito político, o povo, “seria carente de expressão cultural e ideológica”. Cabia, então, aos artistas e intelectuais nacionalistas e de esquerda, mesmo que não vinculados ao Partido Comunista, articular essa consciência.<sup>33</sup> Tal postura representava o caminho oposto à cultura de consumo.

Para o pesquisador da Unicamp Marcelo Ridenti, as lutas e as idéias da década de 1960, no campo da política e da cultura, foram marcadas pelo romantismo das esquerdas, um romantismo modernizador que vislumbrava no passado

[...] elementos para a construção da utopia do futuro. [...] Tratava-se de romantismo, sim, mas *revolucionário*. De fato, visava-se resgatar um encantamento da vida, uma comunidade inspirada no *homem do*

---

<sup>30</sup> ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1999, p. 128.

<sup>31</sup> FIGUEIREDO, Anna Cristina Camargo Moraes. **Liberdade é uma calça velha azul e desbotada**: publicidade, cultura de consumo e comportamento político no Brasil (1954-1964). São Paulo: Hucitec, 1998, p. 157.

<sup>32</sup> *Ibid.*, p. 29.

<sup>33</sup> Cf. NAPOLITANO, Marcos. **Seguindo a canção**: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969). São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001, p. 13-15.

*povo*, cuja essência estaria no espírito do camponês e do migrante favelado a trabalhar nas cidades [...].<sup>34</sup> (destaques nossos)

No passado estariam, portanto, elementos que permitiriam a modernização da sociedade, mas sem que isso “[...] implicasse a desumanização, o consumismo, o império do fetichismo da mercadoria e do dinheiro”.<sup>35</sup> Tratava-se de superar o tipo de modernidade que se instaurava nas cidades brasileiras.

As novas idéias e posturas, assumidas por artistas, escritores, cineastas, músicos, cantores, atores, estudantes e outros, puseram em cheque a cultura e a produção cultural brasileira – questionaram o país, o povo brasileiro e os rumos dados ao presente. Provocaram reflexão e renovação nas artes em geral, especialmente no teatro, cinema, artes plásticas, literatura e música. Entretanto, a televisão se manteve afastada desse processo. Tal situação foi observada também por Inimá F. Simões: “[...] a televisão brasileira se manteve à parte de toda a discussão e efervescência cultural-artística que ocorre no país nos anos 60, que nos renderam obras marcantes no cinema, no teatro e na música popular”.<sup>36</sup>

Inserida na indústria cultural (embora ainda incipiente no Paraná e em outras regiões) e voltada para a produção e venda de bens culturais (programas em videotape já circulavam pelo país), a televisão se tornou importante veículo musical de massa. Com a Bossa Nova, se abriu novo mercado para músicos e compositores, que se tornaram figuras conhecidas nos meios de comunicação. O surgimento da “canção engajada”, como dissenso da bossa nova, revelava a “tensão entre a ‘música-como-veículo ideológico’ e a ‘música-como-produto-comercial’,” o que ficou evidenciado nos festivais da canção. Atenta a esse processo, a indústria fonográfica mostrava-se interessada no mercado jovem, que crescia acompanhando a expansão das cidades.<sup>37</sup>

Entre 1964 e 1965, explica o historiador Marcos Napolitano, a cultura engajada percebia a necessidade de atingir um grande público, “o consumidor ‘médio’ de bens culturais”, na esperança de assim reencontrar “a expressão genuína do próprio ‘povo’,

---

<sup>34</sup> RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro**: artistas da revolução, do CPC à era da tv. Rio de Janeiro: Record, 2000, p. 23-25.

<sup>35</sup> Ibid.

<sup>36</sup> SIMÕES, Inimá F. TV à Chateaubriand. In: COSTA, Alcir Henrique da.; et. al. (Coord.). **Um país no ar**: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986, p. 81.

<sup>37</sup> NAPOLITANO, Marcos. **Seguindo a canção**: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969). São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001, p. 28; 31.

com toda a carga política que o termo possuía”.<sup>38</sup> Coube ao teatro dar continuidade ao debate, pois a televisão, ao se projetar sobre o campo musical passou a dinamizar o consumo musical respaldada no sucesso de *O Fino da Bossa*, produzido pela Record, em 1965, comandado por Elis Regina e Jair Rodrigues. No mesmo ano, começaram *Bossaudade*, com Elisete Cardoso e Ciro Monteiro, e *Jovem Guarda*, com Roberto, Erasmo e Wanderléia.<sup>39</sup> Distribuídos em videoteipe, esses programas percorriam as emissoras de televisão em funcionamento no país. A intenção da Record era criar um padrão para os seus musicais, que racionalizasse a produção.

Esses musicais foram inseridos na programação no momento em que os programas de humor não mais despertavam interesse no público e que a novela ainda não havia chegado a um formato que lhe permitisse lugar de destaque na programação. Assim, com a televisão, ampliou-se o panorama musical brasileiro, especialmente do ponto de vista mercadológico. Uma faixa etária mais ampla passou a consumir MPB, aumentou o público em todas as faixas sociais, e o antigo público de rádio entrou em contato com a música que se estava fazendo no Brasil.

Como a televisão ainda não havia encontrado linguagem própria, ao mesmo tempo em que mantinha programação inspirada no rádio, elaborava programas onde eram experimentadas novas performances e composição musical. E assim, a televisão constatou a existência de um público consumidor de música popular brasileira que estava além do circuito universitário. Em 1967, achava-se esgotado o ciclo dos programas musicais seriados.<sup>40</sup>

Entretanto, a “era dos festivais” conheceu “um enorme incremento em fins de 1966, com o grande sucesso popular ocorrido em função do III Festival de MPB da TV Record”.<sup>41</sup> Segundo Marcos Napolitano, esse festival representou

[...] o auge criativo de um tipo de MPB, tal qual tinha sido forjada a partir de espetáculos teatrais, como o *Opinião*, e por programas de TV, como *O fino da bossa*. Mas, ao mesmo tempo, demonstrava uma vontade generalizada de incorporar novos temas e materiais por parte dos músicos mais importantes. Essa tendência se chocava com o ‘conservadorismo’ dos organizadores.<sup>42</sup>

<sup>38</sup> NAPOLITANO, Marcos. **Seguindo a canção**: engajamento político e indústria cultural na MPB (1959-1969). São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001, p. 65.

<sup>39</sup> Ibid., p. 65-79.

<sup>40</sup> Cf. Ibid, p. 78, 80, 81, 90, 104.

<sup>41</sup> Ibid., p. 149.

<sup>42</sup> Ibid., p. 206.

Se, por um lado, a televisão foi importante veículo de divulgação na área musical, ela também trouxe para a telinha grandes nomes do teatro. Em entrevista concedida à Revista *Veja* de 29 de junho de 1977, Dias Gomes fez a seguinte declaração: “Em 1968, o teatro estava muito cerceado; eu tinha duas opções, ou tinha que ser funcionário público ou ia para a TV. Mas não existe o que discutir: se você luta por um teatro de massa, como recusar um público de 20 milhões? A TV é boa ou não, dependendo de quem faz; e limitações também existem no teatro”.<sup>43</sup> Cineastas e renomados artistas de esquerda acabaram ingressando no sistema de produção da indústria cultural.

No entanto, como lembra Maria Rita Kehl, o *padrão Globo de qualidade*, que se firmou com a TV em cores, era incompatível com a estética do subdesenvolvimento criada por produtores culturais de esquerda. Com sua imagem cuidadosamente trabalhada, a Globo apagou do imaginário brasileiro idéias como a de miséria, atraso econômico e cultural. Assim, “[...] essa imagem glamorizada, luxuosa ou na pior das hipóteses antisséptica [...] contaminou a linguagem visual de todos os setores da produção cultural e artística que se propõem a atingir o grande público”.<sup>44</sup> No final da década de 1970, já não seria cabível a estética da fome. Nessa época, ressalta a autora,

[...] o país era mais tropicalista do que nunca – o desenvolvimento desigual e combinado produzindo imagens grotescas, o mendigo catando lixo com uma sacola de uma butique da Rua Augusta, o aparelho de televisão no barraco do favelado, a mulher da roça tentando curar a fraqueza do filho com Tetrex – mas a Globo despreza solenemente a estética do tropicalismo.<sup>45</sup>

Então, na década de 1970, quando a indústria cultural cresceu e se firmou, e concedeu emprego e contratos, inclusive para gente de esquerda, tornou-se inquestionável a lógica empresarial, comercial, que não suporta contradições que possam ameaçar a rentabilidade dos negócios.

Podemos concluir, pois, com Marcelo Ridenti, que:

[...] o governo e a mídia, especialmente a televisão, iam desfigurando as utopias libertárias, transformando-as em ideologias de consolidação da nova ordem nacional. A mistura de romantismo e realismo dos

<sup>43</sup> KEHL, Maria Rita. Um só povo, uma só cabeça, uma só nação. In: CARVALHO, Elisabeth; KEHL, Maria Rita; RIBEIRO, Santuza Naves. (Coord.). **Anos 70: televisão**. Rio de Janeiro: Europa, 1980, p. 20.

<sup>44</sup> *Ibid.*, p. 12.

<sup>45</sup> *Ibid.*

movimentos culturais revolucionários dos anos 60 banalizava-se, por exemplo, nas telenovelas.<sup>46</sup>

Ao encampar lutas ideológicas e avanços culturais, a cultura de massa minava sua essência.

Sobre a questão da bibliografia referente à televisão, é possível pensar, então, que o desinteresse pela televisão da década de 1960, como objeto de pesquisa e estudo, talvez se justifique também pelo fato de que ela não chegou propriamente a incorporar as grandes discussões ocorridas no Brasil, no campo da cultura; ao contrário, colaborou para neutralizá-las. A televisão se apropriou somente do que lhe podia servir para fortalecer seus interesses comerciais e os da indústria cultural em que está inserida.

No entanto, uma série de sutilezas diferencia a televisão implementada nos anos 1950 e 1960 da televisão que existia no início da década seguinte. Escrever sobre os primórdios de nossa TV é, sem dúvida, um grande desafio que deve ser enfrentado, pois da análise da trajetória das emissoras criadas no país, devem surgir elementos que permitam conhecer os nexos entre essas histórias, aparentemente próximas – talvez nem tanto –, e questões mais abrangentes sobre a produção cultural no Brasil da época, além de novos elementos para analisar o papel da televisão naquele processo. Daí a necessidade de novos estudos que possam enriquecer a bibliografia sobre a televisão brasileira.

---

<sup>46</sup> RIDENTI, Marcelo. **Em busca do povo brasileiro: artistas da revolução, do CPC à era da tv.** Rio de Janeiro: Record, 2000, p. 323.