

Revista TV Sul – Uma Programação Televisiva

Caroline Corso de Carvalho
Antonio Hohlfeldt (orientador)

Introdução

A Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul é uma das instituições de ensino de Comunicação Social mais antigas do Brasil, ultrapassando os 50 anos de existência. O Programa de Pós Graduação em Comunicação Social foi iniciado com o curso de Mestrado, em 1994, e teve suas atividades ampliadas, com a implantação do Doutorado, em 2000.

Naquele mesmo ano, a Coordenação do Programa de Pós Graduação, seguindo a experiência do Programa de Pós Graduação em Letras, da mesma Universidade, resgatou os acervos doados pelas famílias dos jornalistas Roberto Eduardo Xavier e Osvaldo Goidanich e constituiu o Núcleo de Pesquisas em Ciências da Comunicação (NUPECC). Este espaço, em funcionamento na Faculdade de Comunicação Social (Famecos), visa resgatar, limpar, identificar, catalogar, fichar e colocar à disposição de pesquisadores, professores e alunos, acervos vinculados a profissionais da área de Comunicação Social, que prestaram inestimáveis e múltiplos serviços à comunidade sul-rio-grandense. Como os dois profissionais mencionados, e publicações variadas, nacionais e regionais, cujos espólios vêm sendo organizados no núcleo, através de diferentes projetos de pesquisa, contando sempre com bolsas para alunos de iniciação científica.

Os acervos disponíveis vêm sendo identificados, limpos, catalogados e postados, sendo sucessivamente ampliados com doações de publicações variadas. A partir do material disponível, é possível estudar, de modo mais detalhado, detalhes da história do jornalismo brasileiro e do estado do Rio Grande do Sul.

Entre os acervos disponíveis no NUPECC, encontram-se edições da revista TV Sul Programas, que chegou ao Espaço NUPECC por meio de doação do Prof. Dr. Antonio Hohlfeldt. A publicação é a primeira revista editada em Porto Alegre e no Rio Grande do Sul, inteiramente dedicada à televisão. A nova mídia precisava ser apresentada, não apenas ao público potencial – o telespectador – quanto ao publicitário e ao empresário – para viabilizar os apoios comerciais, sem os quais o empreendimento – oneroso – tornar-se-ia inviável. Por isso, uma das alternativas foi o lançamento de uma revista segmentada, de circulação inicialmente gratuita, que traria como grande atrativo a programação dos canais televisivos existentes.

Revista, um meio prático de informação

A primeira revista de que se tem notícia surgiu em 1663, na Alemanha. Designada Erbauliche Monats Unterredungen (edificantes construções mentais). Com o formato de livro, só foi considerada revista porque trazia vários artigos sobre um mesmo assunto, no caso, a teologia, e porque também era voltada para um público específico. Em seguida, na França e na Itália (1665), surgem, respectivamente, o Journal de

Savants e o Giornali dei Litterati e, em 1668, na Inglaterra, aparece o Mercurius Libratus ou Faithfull Account of All Books and Pamphlets. Naquele período, não se utilizava o termo revista, pois pareciam demais com os livros, mas construía um novo modelo de publicação, cuja missão era atender públicos específicos, com o objetivo de aprofundar assuntos pautados, de maneira mais ampla do que os jornais faziam.

Os modelos de revistas mais usuais e parecidos com os de hoje aparecem em 1672, na França (Le Mercure Galant), com notícias curtas, anedotas e poesias, sendo copiado em seguida, devido ao formato eficaz e popular que apresentava. A partir daquela publicação, a novidade passa a se moldar com um formato parecido com o de hoje. Já em Londres, no ano de 1731, é lançada a primeira revista moderna como a que conhecemos hoje: The Gentleman's Magazine, inspirada nos grandes magazines – lojas que vendiam um pouco de tudo – reunia vários assuntos e os apresentavam de forma leve e agradável. A partir de então, o termo magazine passou a designar revistas em inglês e francês.

Na América, precisamente nos Estados Unidos, os primeiros títulos chegaram em 1741, com o nome American Magazine e General Magazine. Até o fim do século XVIII, uma centena de publicações já tomava conta do mercado. “As revistas começam a ganhar os EUA na medida em que o país se desenvolve, o analfabetismo diminui, cresce o interesse por novas ideias e conseqüente necessidade de divulgá-las” (SCALZO, 2008, p. 20)

Novos títulos surgem e se multiplicam, muitos deles importados da Europa, dando formato ao que é hoje um dos maiores mercados de revistas do mundo. Segundo Scalzo (2008), os Estados Unidos imprimem por ano seis bilhões de exemplares por ano. No Brasil, esse número diminui para 600 milhões por ano.

Ao longo do século XIX, as revista adquirem mais espaço, viram e editam a moda. O aumento dos índices de escolarização garante uma população alfabetizada e com anseio de se instruir. Por outro lado, esta população não se interessava pela profundidade dos livros, ainda com a imagem de instrumento de elite e pouco acessíveis.

A popularização da revista se constitui também com a evolução da indústria gráfica. O avanço técnico desses instrumentos fez com que as revistas se transformassem em um meio ideal, que reúne vários assuntos em um só lugar, aliado a imagens para ilustrá-los:

Era uma forma de fazer circular, concentradas, diferentes informações sobre os novos tempos, a nova ciência e as possibilidades que se abriam para uma população que começa a ter acesso ao saber. A revista ocupou assim, um espaço entre “o livro (objeto sacralizado) e o jornal (que só trazia o noticiários ligeiro) (SCALZO, 2008).

A indústria gráfica, além de possibilitar melhoria na qualidade dos impressos, permitiu o aumento das tiragens, atraindo anunciantes dispostos a levar a mensagem sobre os seus produtos para um público cada vez mais amplo. Com os anúncios financiando os custos de produção, foi viável baixar os preços dos exemplares que,

conseqüentemente, passaram a ser lidos por ainda mais pessoas, fazendo as tiragens crescerem na mesma proporção. A partir de então, dá-se início ao negócio de revistas que se conhece atualmente, como um instrumento de comunicação em massa. Portanto, essas publicações detêm papel importante no engajamento ideológico em defesa de causas práticas.

Enquanto os jornais, tanto diários como semanais, nascem e crescem engajados, ligados a tendências ideológicas, a partidos políticos e à defesa de causas públicas. As revistas acabam tomando para si um papel importante na complementação da educação, relacionando-se intimamente com a ciência e a cultura (SCALZO, 2008).

Já no Brasil, as revistas surgem apenas no começo do século XIX. com a chegada da corte portuguesa. A origem dessas publicações se confunde com a história econômica e industrial no país. A primeira apareceu em Salvador, Bahia, com o nome de Variedades ou Ensaios de literatura, em 1812. Em seguida, surge O Patriota, no Rio de Janeiro. Foi a segunda revista publicada no Brasil. Esta propunha divulgar autores e temas da terra. Na década de 1820, a elite brasileira começa a ampliar seu foco de interesse.

Em período de recente independência, o Brasil precisava de engenheiros, cientistas, médicos, militares. A publicação Anais Fluminenses de Ciências, Artes e Literatura, lançada em 1822, no Rio de Janeiro, mostra os sinais dessa mudança, refletindo, nas pautas de suas edições, os vários campos do conhecimento humano.

A primeira segmentação por tema acontece em 1827, com a revista O Propagador das Ciências Médicas, órgão da Academia de Medicina do Rio de Janeiro. Esta é considerada a primeira revista brasileira especializada, direcionada aos novos médicos que iniciavam os trabalhos no país. No mesmo período, também surge a pioneira das revistas femininas, o Espelho Diamantino.

Devido à falta de assinantes e recursos, estas publicações acabam durando pouco, por no máximo dois anos. Esse fado começa a se modificar apenas em 1837, quando é lançada o Museu Universal, que falava sobre a experiência das exposições universais européias, que dominavam o século XIX. A revista apresentava textos leves e acessíveis. Feita especialmente para uma população brasileira recém alfabetizada, e com o intuito de levar cultura e entretenimento para os leitores, também estampava, em suas páginas, ilustrações. “Com essa fórmula, que era a cópia dos magazines europeus – e o avanço das técnicas de impressão – o jornalismo de revista encontra um caminho para atingir mais leitores e conseguir se manter (SCALZO, 2008).

Seguindo o exemplo da Museu Universal, outros títulos e publicações com teor mais erudito aparecem, como Íris, Guanabara e O Espelho. Estas adotam fórmulas parecidas, que incluem imagens e amenidades. Em 1849, as revistas de variedades entram em cena, com abundância de ilustrações e textos curtos e de bom humor. As caricaturas viram febre na sequência das revistas brasileiras.

Na belle époque, no início do século XX, uma série de inovações acontecem no campo das ciências e tecnologias, refletindo, conseqüentemente, no cotidiano social e na estruturação das cidades:

As revistas acompanham essa euforia. Com centenas de títulos lançados e inovação na indústria gráfica, começam a apresentar um nível de requinte visual antes inimaginável [...] A imprensa começa a se profissionalizar, acompanhando a evolução da nascente industrialização no país. Para fundar e manter uma revista passa a ser necessário unir, a um só tempo, técnica e capital (SCALZO, 2008, p. 29).

Nesse período, as revistas dividem-se entre as de variedades e as de cultura. Há inúmeros grupos de intelectuais, das mais diversas tendências, que fundam sua própria revista, entre elas a Klaxon, que divulgou os ideais da Semana da Arte Moderna, de 1922. As caricaturas continuam sendo sucesso e com o avanço de processos de impressão, as fotografias também ganham espaço nas páginas de revistas.

Em termos de fenômenos editoriais, a revista O Cruzeiro, de 1928, é considerada um dos maiores sucessos editoriais brasileiros. Criada pelo jornalista e empresário Assis Chateaubriand, a publicação constituiu uma nova linguagem na imprensa nacional, por meio da veiculação de grandes reportagens, dando uma atenção especial ao fotojornalismo. Na década de 1950, chega a vender cerca de 700 mil exemplares por semana. Na mesma década de cinquenta, aparece Manchete, da editora Bloch, uma revista que valorizava, ainda mais que O Cruzeiro, os aspectos gráficos e fotográficos. A publicação coloca sua técnica “a serviço da beleza do Brasil”.

Tanto O Cruzeiro como Manchete eram focadas na reportagem investigativa. O Cruzeiro acaba na década de 1970, com a decadência do império de Assis Chateaubriand, devido à sua incapacidade renovação. A Manchete se mantém até a década de 1990, mas com a decadência do grupo Bloch e a falência do modelo das revistas semanais ilustradas, vai perdendo o seu público.

Além destas, surgiu, em 1966, a Realidade. Com postura mais crítica que O Cruzeiro e Manchete, é considerada uma das mais conceituadas revistas brasileiras de todos os tempos. Depois dela, em 1968, a Editora Abril investe na revista Veja, em destaque até hoje, no cenário de publicações brasileiras.

Em relação às revistas de entretenimento, as mesmas nasceram na Itália, logo depois da Segunda Guerra Mundial: as fotonovelas, histórias de amor fotografadas, misturavam técnicas de cinema em quadrinhos. Elas foram responsáveis por impressionantes números de circulação de revistas brasileiras nas décadas de 1950 e 1960. A Capricho, da Editora Abril, de 1952, chegou a tirar meio milhão de exemplares, quinzenalmente. Desbancadas pelas novelas de televisão, essas revistas começam a mudar no final dos anos 1970 e assumem outros formatos. Algumas se transformam em publicações voltadas a adolescentes, enquanto outras cobrem o mundo da televisão, reforçando a vocação das revistas para o acompanhamento da indústria cultural – que começa com o rádio (Revista do Rádio) e o cinema (Cinelândia) e segue

para a televisão e o vídeo, como é o caso da TV Sul Programas, no Rio Grande do Sul, que objetivava levar informações sobre um novo veículo de difusão de notícias e entretenimento para o telespectador e para empresários que quisessem investir no novo mídia.

A revista em sí

Scalzo define a revista como algo íntimo entre leitor e veículo. Ela trata o leitor de você, fala com ele diretamente e, às vezes, com intimidade. Para isso, contudo, primeiro é preciso saber ouvi-lo.

São várias as maneiras de escutar o que o leitor quer e tem a nos dizer, seja por intermédio de pesquisas qualitativas e quantitativas, ou mesmo por meio de telefonemas, cartas ou e-mails enviados a redação. Para quem trabalha numa publicação que depende muito da sintonia fina com seu público, esse contato é essencial. O serviço de atendimento ao leitor é um espaço de conversa privilegiado na relação entre público e revista. É ali que os leitores oferecem idéias, pedem ajuda, brigam... Atualmente, a maioria das revistas tem uma linha telefônica e/ou um e-mail reservado exclusivamente para atender aos seus leitores. Dali saem sugestões de pauta, sente-se o pulso das seções e das matérias, medem-se os erros e acertos de cada edição.

No caso do objeto em estudo, a TV Sul Programas dispunha deste espaço de contato entre o leitor e a revista por meio das cartas. A seção da revista, designada como “Em resposta”, respondia aos leitores sobre suas dúvidas e reivindicações. Da mesma forma, também recebia sugestões de matérias que falassem de determinado artista, como se observa em algumas reportagens da publicação, através das sentenças “a pedido dos leitores, vamos falar sobre [...]” ou “vamos trazer a biografia de [...]”

A televisão, o objeto da TV SUL

A invenção da televisão contou com o trabalho de vários pesquisadores, ao longo dos anos, até estar apta a, finalmente, transmitir seus sinais. Cogita-se que as primeiras transmissões foram realizadas em meados da década de 1920, através de experimentos promovidos na Inglaterra, no Japão e nos EUA, que marcam o início das transmissões de imagens e sons.

Não há um consenso sobre a quem pertence a primeira transmissão oficial, já que a televisão estava sendo desenvolvida por diversas pessoas, em diferentes locais do mundo. As imagens transmitidas na década de 1920 não tinham boa qualidade, já que os aparelhos eram de aproximadamente 60 linhas. Atualmente, as televisões analógicas disponibilizam uma resolução de aproximadamente 480 linhas. Depois da estréia da televisão, os avanços tecnológicos nunca mais pararam.

Os anos 1930 foi um período de melhorias para a televisão. Naquela década, houve o desenvolvimento dos aparelhos e tecnologias de transmissão, devido a constantes pesquisas realizadas. Emissoras também começavam a surgir, como a BBC, CBS e CGT, com transmissão de programas e eventos esportivos. Os aparelhos também

começaram a ser produzidos em grande escala. Entretanto, poucas pessoas tinham acesso a eles, já que o rádio ainda era o meio de comunicação predominante, e muito mais barato que um televisor.

A televisão foi realmente se efetivar junto ao público na década de 1950, com eletrodomésticos entrando em abundância nas casas de famílias americanas, fortalecendo o american way of life. Milhares de pessoas começaram a ter acesso à televisão, nos EUA, Europa e Ásia.

No Brasil, a televisão foi oficialmente inaugurada em 18 de setembro de 1950 em estúdios com instalação precária, em São Paulo. Foi o jornalista Assis Chateaubriand quem introduziu a tecnologia no país, quando adquiriu, junto à empresa americana RCA Victor, cerca de 30 toneladas de equipamentos necessários para montar uma emissora, dando início à TV Tupi Difusora, canal 3, considerada a primeira estação de televisão da América do Sul. A emissora surgiu em um período em que o rádio era o veículo de comunicação mais popular do país, atingindo quase todos os estados. Na época, o noticiário publicava que a televisão era “um novo e poderoso instrumento”.

Ao contrário da televisão americana, que se desenvolveu se apoiando na forte indústria cinematográfica, “a brasileira teve que se submeter à influência do rádio, utilizando inicialmente sua estrutura, o mesmo formato de programação, bem como seus técnicos e artistas” (MATTOS, 2000, p. 49).

Por mais que fosse uma promessa de sucesso, a população, no início, recebeu com ceticismo a tecnologia e logo se difundiram brincadeiras e piadas com a nova ferramenta de comunicação, como “Não toque nesta máquina, porque ela poderá causar uma explosão imediata” ou “o homem que estava dentro da máquina poderia ver todas as pessoas dentro de suas respectivas casas”, entre outras.

Na época, quando ocorriam as instalações da emissora pioneira, o técnico responsável pelos equipamentos de transmissão, Walther Obermuller descobriu que não havia nenhum televisor em São Paulo para captar as imagens transmitidas. Ao ter noção disso e sabendo que nem o presidente seria capaz de reduzir o prazo dos trâmites legais e burocráticos para a importação de televisores, Chateaubriand ordenou que duzentos televisores fossem providenciados por meio de contrabando. Assim, a Tupi instalou televisores em lojas e bares da cidade e no saguão dos Diários Associados, onde multidões se instalaram para conhecer a novidade. Desta forma, “as improvisações e o jeitinho brasileiro marcaram o início de nossa televisão” (MATTOS, 2000).

Na primeira transmissão pública, foi realizada a apresentação da orquestra do maestro Georges Henry, também diretor da Tv Tupi, executando “Cisne Branco”, de Antônio Manoel do Espírito Santo e Benedito Macedo, composição muito popular, na época, e que homenageava os marinheiros brasileiros.

A falta de recursos e pessoas e as improvisações marcaram os primeiros anos da televisão, tanto da Tupi, em São Paulo, quanto do Rio de Janeiro. Em 1951, já existiam, entre Rio e São Paulo, mais de sete mil aparelhos de televisão, que pertenciam a

membros da elite econômica. Seus preços eram três vezes maiores que o melhor aparelho de rádio da época, custando pouco menos que um carro, sem falar a inexistência de indústria de componentes para os televisores, que eram importados dos Estados Unidos.

Segundo Mattos, a televisão, nos dois primeiros anos, não passou de um brinquedo de luxo das elites do país, do mesmo modo como o videocassete foi considerado, no final da década de 1980, e o computador, que na década de noventa passou a ser o aparelho mais desejado das famílias.

Em 1951, foi iniciada, no Brasil, a fabricação de televisores da marca Invictus, o que facilitou acompanhar, no mesmo ano, os capítulos da primeira telenovela brasileira, Sua vida me pertence, escrita por Walter Foster. O drama foi transmitido no período entre 21 de dezembro de 1951 e 15 de fevereiro de 1952, com dois capítulos semanais, devido à falta de condições técnicas, pois o videotape só viria a surgir na década seguinte, sendo um fator decisivo para o desenvolvimento do estilo de programa no Brasil. Em 1952, também vai ao ar o primeiro, e um dos principais telejornais da história da tevê brasileira, o Repórter Esso, adaptado pela Tupi Rio a partir de um rádio-jornal de grande sucesso, transmitido pela United Press International (UPI), sob a responsabilidade de uma agência de publicidade, que entregava o programa pronto, tanto nos Estados Unidos, quanto no Brasil e em outros países da América Latina.

Já no início da década de sessenta, a televisão avança, com a chegada do videotape: O uso do VT possibilitou não somente as novelas diárias como também a implantação de uma estratégia de programação horizontal. A veiculação de um mesmo programa em vários dias da semana criou o hábito de assistir televisão rotineiramente, prendendo a atenção do telespectador e substituindo o tipo de programação em voga até então, de caráter vertical, com programas diferentes todos os dias (MATTOS, 2000, p. 87).

No Rio Grande do Sul, a história da televisão se dá também graças a Assis Chateaubriand, na medida em que se cria mais uma unidade da sua rede de Associadas, a Tv Piratini. Walmor Bergesh, um dos participantes dessa história, contou, no livro Os Televisonários, o início da televisão no estado, dado pelo magnata Chateaubriand.

Em 1955 ocorrera um breve teste durante uma tarde e o início de uma noite bem no coração de Porto Alegre e que fora testemunhado pelos cidadãos que transitavam no centro da cidade. O magnata das comunicações, Assis Chateaubriand, mandara instalar 50 aparelhos de televisão, um deles na própria praça da Alfândega (local onde anualmente realiza-se a feira do livro de Porto Alegre), outros nas vitrines do Clube do Comércio e alguns outros nas salas do próprio clube. Ali ele mandara instalar um pequeno estúdio e produziu, em circuito fechado, a primeira transmissão pública de televisão na capital gaúcha. A intenção era conseguir atrair o interesse de alguns parceiros a entrarem como acionistas no futuro lançamento de uma emissora no Sul do País. Naquele momento, um público numeroso, e de uma certa forma, curioso, pode assistir uma apresentação de Paixão Cortes com os Tropeiros da Tradição, um

show humorístico com Walter Broda e Pinguinho (nomes famosos no rádio da época) e um espetáculo musical com o Conjunto Vocal Farroupilha, apresentando-se com a Grande Orquestra da PRH-2 Farroupilha, conduzida pelo maestro Salvador Campanella. Essa resultou ser historicamente, a primeira apresentação de televisão no Sul do Brasil, sem a transmissão de sinal proveniente de uma grande antena de sinais e, na realidade, para um número relativamente diminuto de espectadores, em circuito fechado (BERGESH, 2010, pg. 22 e 23).

Naquele momento, já havia um grupo de empresários interessados no desenvolvimento do rádio e que viriam a apoiar a Televisão Piratini S.A. Assis Chateaubriand não desejava concorrentes iniciais na implantação da televisão no estado. Assim, “deu um jeito de adquirir aquela empresa em formação, para ficar sozinho no negócio no Sul, da mesma maneira como ele começara em São Paulo e no Rio de Janeiro, desde o início daquela década” (BERGESH, 2010, p. 23).

Oficialmente, o Canal 5, TV Piratini, completo e tecnicamente operacional, foi inaugurado em 20 de novembro de 1959. Era uma das nove emissoras em operação no Brasil, durante aquele ano, marcando história como o primeiro canal sul-riograndense.

Fazer televisão é muito diferente de fazer rádio. Não havia ainda, no estado, pessoas habilitadas ao modo TV de trabalhar. Muitos achavam que a tevê seria um rádio com imagens. Entretanto, José de Almeida Castro, um dos homens de confiança de Chateaubriand, sabia que era muito diferente. Tendo ele estudado nos Estados Unidos sobre a nova mídia, sabia que eram estruturas totalmente diversas. Eram exigidos outra dinâmica e outros valores estéticos.

Desta forma, originou-se a idéia de ensinar como executar essas funções, por meio de um curso, dentro dos próprios estúdios da TV Tupi, com o intuito de instruir os novos profissionais brasileiros a fazer televisão. No curso, seriam transmitidos certos segredos de enquadramento, de planos e contra-planos, a dinâmica de ação das câmeras que captariam as imagens e as características mais importantes do novo veículo.

Concebido por José de Almeida Castro, antes já citado, diretor geral da TV Tupi, o curso seria também aperfeiçoado, na prática, com as experiências dos colegas Péricles Leal e Alcino Diniz.

Naquele momento, década de 1950, ainda não havia o videotape, o que exigia que tudo fosse realizado ao vivo. Desta forma, errar era proibido. “Tudo era realizado ao vivo, em transmissões diretas. Uma palavra errada, uma frase errada, uma cena que não desse certo, tudo era transmitido diretamente para quem estivesse vendo a emissão. Então o lema daqueles tempos era: é proibido errar”.

Eis aí, portanto, um dos motivos de criação do curso de José de Almeida Castro, que objetivava reduzir os erros ao mínimo e criar sistemas de ensino, transmitido por profissionais, a outros profissionais de televisão, que estariam “sendo formados no calor da ação, dos holofotes e das imagens ao vivo”.

Um grupo de 16 jovens foi selecionado por Salimen Junior, que foi incumbido, por Ruy Rezende, diretor das rádios Farroupilha e Difusora, para tal tarefa. Os 16 jovens que foram ao curso no Rio de Janeiro. Eles eram: Enio Rockenbach, Athayde de Carvalho, Érico Kramer, Nelson Cardoso, Sérgio Reis, Jorge Teixeira, Renê Martins, Gilson Nunes Rosa, Ângelo Moraes, Antônio Vidal de Negreiros, Santo Ventura, Neide Marques, João Carlos Paiva, Jorge Silva, Danúbio Fernandes e o próprio autor do livro Os televisionários, Walmor Bergesh. Junto destes, estavam também, os já formados no curso, nomes como Nelson Vaccari, Mecenias Marcos, José Maurício Pires Alves, Fernando Miranda e Fredy Litowsky.

Alguns destes nomes consagraram-se e tornaram-se freqüentes nas edições da revista TV Sul Programas, tornando-se ícones responsáveis por diversas programações de sucesso.

O curso foi bom e ali aprendemos muita coisa mas tudo se revelaria muito pouco em comparação ao que viríamos a descobrir e aprender a seguir. Privilegiados fomos todos nós, que aprendemos a fazer televisão, fazendo-a no dia a dia, a partir da inauguração da TV Piratini, no final de 1959, precisamente no domingo, dia 20 de dezembro, com transmissões de inauguração às 17h, em frente ao prédio dos novos estúdios no morro Santa Teresa e no final da noite, às 22h30, a primeira transmissão externa da fase inaugural do jantar oficial de gala desde o centro da cidade, no Clube do Comércio, em frente à Praça da Alfândega, com discursos de importantes autoridades (BERGUESH, 2010, p. 29).

Durante os meses que antecederam a inauguração do Canal 5, TV Piratini, muitas foram as pessoas que fizeram testes para trabalhar na emissora, habilitando-se para as mais novas atividades. Eram diversas funções e que exigiam aprendizado e desenvolvimento. Há histórias de que muitos chegavam na televisão por acaso, sem ter refletido sobre o trabalho, ou também, chegavam por indicação ou sugestão de algum amigo. Mas, alguns anos depois, isso mudaria, motivado pelo grau de fascínio e impacto que a televisão geraria sobre o público.

Os aparelhos de TV eram onerosos, na época. Assim, nem todos o possuíam. Essa situação acabou gerando, segundo Bergesh, o fenômeno dos televisinhos, que se reuniam em horários precisos para ver a televisão na sala de visitas de quem detinha o aparelho, especialmente preparadas para isso. O fenômeno aconteceu nos primeiros tempos de transmissões, já com a televisão inaugurada.

As imagens no ar

No dia 20 de dezembro de 1959, começava a fase inaugural da TV Piratini, o que ocorreu durante dez dias. Enio Rockenbach foi a primeira voz transmitida pela televisão no Rio Grande do Sul. Já Salimen Junior foi o primeiro apresentador, exibindo uma espécie de documentário, que mostrava o funcionamento da televisão. No dia 26 do mesmo mês, Antônio Augusto Fagundes foi o primeiro rosto de ator que apareceu, representando um soldado farroupilha, na peça Piratini – Razão de um nome. Foi também o primeiro espetáculo de teledramaturgia da TV Piratini.

Além desses episódios que rodearam a inauguração, ainda no dia 20 de dezembro aconteceu um incêndio em uma loja, no centro de Porto Alegre. A direção da Piratini aproveitou para enviar os primeiros repórteres cinegrafistas, para buscar as imagens do acontecimento, em filme de 16 mm, com as notícias do incêndio, colocadas no ar ainda naquela noite.

O conteúdo das primeiras imagens a ir para o ar foi arquitetado com teledramaturgia ao vivo, jornalismo e variedades. Dentro deste último, shows de música, alguns programas trazidos da TV Tupi e séries de enlatados (nome como se designava as séries de filmes feitas para a televisão, a maioria vinda dos Estados Unidos).

Alguns programas foram produzidos localmente, enquanto outros foram adaptados de séries que já eram transmitidas nas televisões do centro do país. Entre esses, estavam Glays e seus bichinhos e O Circo do Carequinha, programas em que os artistas vinham de avião, uma vez por semana, para apresentar-se ao vivo, em transmissões diretas. Em 1961, repercutiu um novo marco na história da televisão do estado. Chega à capital o videotape, uma tecnologia que viria para revolucionar o sistema de transmissão.

Além disso, já existia uma movimentação em prol da criação de um novo canal de televisão, a TV Gaúcha, canal 12. Maurício Sirotsky Sobrinho, junto com alguns sócios, tinham acompanhado a chegada daquele novo meio de comunicação e logo iniciaram uma intensa movimentação institucional para conquistar uma concessão de televisão, que foi alcançada apenas em dezembro de 1959, assinada pelo então presidente, Juscelino Kubitschek.

Ao fim de 1962, a TV Gaúcha estava quase pronta. Sirotsky decidiu, para melhor estrutura de seu canal, pela compra dos melhores equipamentos disponíveis na época, um conceito que “acabaria por valer para os profissionais que atuavam no Rio Grande do Sul” (BERGESH, 2010, p. 81).

Precisamente no dia 29 de dezembro de 1962, estréiam as atividades da TV Gaúcha. Nessa inauguração, estiveram presentes o Presidente da República, João Goulart, e o Governador do Rio Grande do Sul, Leonel Brizola, que escutaram o discurso de Maurício Sirotsky Sobrinho, como seu diretor-presidente. O texto do discurso incluía a mensagem de uma emissora mais avançada em tecnologia, com uma programação voltada para uma comunidade local. Seria a “Imagem viva do Rio Grande”.

Com o início das operações da TV Gaúcha, muitos programas de rádio foram experimentados no formato televisivo. Alguns tiveram bastante sucesso, como os programas de auditório de Ivan Castro e seu “Show do Gordo” e o “GR Show”, com Glênio Reis. Os programas de Maurício Sirotsky, com as jornadas e os pedágios das gincanas filantrópicas de ajuda a instituições de saúde e hospitais, também angariaram destaque e engajamento da comunidade. Por outro lado, outros fracassaram, por conta de custos de produção.

Já em 1969, é a vez da TV Difusora, canal 10, entrar no ar. Uma emissora diferente e inovadora, em sua essência. O canal se preparava para receber equipamentos de

transmissão a cores e consagrou-se como o primeiro canal brasileiro equipado com aquele tipo de transmissão.

Desde o seu início, a televisão brasileira teve uma característica: todas as 286 geradoras (emissoras que podem exibir programação própria) e 8.484 retransmissoras, em funcionamento até julho de 2000 – de acordo com dados da ABERT – estão sediadas em áreas urbanas. Suas programações são dirigidas às populações urbanas, orientadas para o lucro (com exceção das estações estatais), seu controle acionário está concentrado nas mãos de uns poucos grupos familiares e funcionam sob o controle da legislação existente para o setor. Além disso, a televisão é fortemente dependente de verbas publicitárias, alocadas principalmente pelas agências de publicidade (MATTOS, 2000, pág. 60 e 61).

A revista TV Sul Programas – a programação televisiva

A TV Sul Programas hoje é um documento sobre a história da televisão no Rio Grande do Sul. Surgiu em 1963, em um momento em que existiam em Porto Alegre apenas duas emissoras, a TV Piratini – Canal 5, vinculada aos Diários Associados, e a TV Gaúcha – Canal 12, naquela época, independente, mas que retransmitia programações da então TV Excelsior e da TV Record, de São Paulo. Observe-se que a revista só foi viabilizada quando já havia dois canais em funcionamento. Do contrário, o projeto seria praticamente impossível.

A revista era quinzenal, em formato de bolso. Originara-se de uma espécie de folheto que circulava anteriormente, também de maneira gratuita. O sucesso levou seus idealizadores a transformarem a publicação em revista. A empresa responsável era a Ferreyro & Cia. Ltda, tendo como diretor responsável Breno Ribeiro Wurdig, e diretor comercial Jorge Guimarães Ferreyro. O escritório da revista estava sediado na Rua Dr. Flores, 330, sala 20, em Porto Alegre. A publicação teve tiragem inicial de 20 mil exemplares, que chegaria a ultrapassar os cem mil, no decorrer do tempo, evidenciando o seu sucesso e receptividade.

A primeira edição saiu para cobrir a quinzena de 16 de agosto a 31 de agosto de 1963, com a capa dedicada a reproduzir a fachada da estação pioneira, a TV Piratini. A segunda edição cobriu o período de 1º de setembro a 15 do mesmo mês, e trazia na capa a fachada da TV Gaúcha.

Aqui está...

TV SUL programas, novamente. De um simples roteiro passou para esta revista de bolso, com 36 páginas iniciais e uma tiragem de 20 mil exemplares. Com distribuição gratuita, rápida e eficiente, através de centenas de postos de entrega, TV SUL chega aos lares portoalegrenses, atingindo cerca de 80 mil pessoas (no cálculo de 4 pessoas por televisor). Sua finalidade está contida no próprio nome. Levar os programas de cada quinzena aos telespectadores dos canais 5 e 12. E mais: divulgar assuntos de sua especialidade, nos limites do nosso espaço que pretendemos dilatar, sempre mais para o futuro. Seria desnecessário assinalar, mas é justo que o façamos: aos nossos anunciantes, às agências de publicidade e ao nosso modesto trabalho, deve Porto

Alegre a primeira revista no gênero. Começa pequena mas em bases firmes. Para melhorar sempre. VOCÊ SERÁ TESTEMUNHA.

Começamos...

Com um registro indispensável: origem e fundação da primeira emissora de TV do nosso Estado- TV PIRATINI. Na próxima edição, constará a TV Gaúcha. Nossa primeira capa, também obedecendo à ordem cronológica, é dedicada “a Pioneira”. O leitor encontrará nas páginas seguintes, flashes biográficos dos elementos mais representativos dos canais 5 e 12. Em cada edição serão focalizados 1 ou 2 biografados, de cada TV. Para sermos imparciais, fizemos um sorteio interno de nomes a serem divulgados em cada edição. Só depois de nos ocuparmos com as “pratas da casa” é que chegaremos aos “cartazes nacionais”. Não se trata de regionalismo. É coerência. Quinze páginas são ocupadas com os programas da quinzena. As restantes são de comentários, humor, notícias, e... anúncios – bons anúncios caprichosamente elaborados pelas nossas melhores agências de publicidade locais (TV Sul Programas – Edição 1, 1963).

A partir da terceira edição, as imagens de capa começam a destacar artistas, apresentadores, locutores, garotas propaganda – já que a publicidade era inteiramente ao vivo – e, na medida em que programas de ficção passaram a fazer parte da programação, atores e atrizes nacionais e internacionais também ajudavam a vender a publicação.

A revista circulou até pelo menos metade do ano de 1969. O último exemplar de que dispomos é da quinzena de 23 de junho de 1969. Custava, então, NCR\$ 0,40 (quarenta centavos de cruzeiro novo). Em torno de 1966, a revista modificara levemente seu tamanho, com uma dimensão um pouco maior, mas mantivera basicamente o mesmo projeto editorial:

- As grades de programação dos dois canais de televisão
- Um pequeno editorial
- Artigos variados sobre artistas, inclusive aquele cuja imagem aparecia na capa
- Artigos variados sobre programas e séries apresentados
- Informações gerais sobre a televisão, enquanto tecnologia, e a evolução da TV no Brasil, por exemplo, com o surgimento da TV em cores ou o nascimento do vídeo tape, etc.
- Anedotas e charges que completavam espaços vazios
- Publicidade dos próprios patrocinadores dos programas televisivos
- Passatempos variados

Para além das lembranças que a leitura dessas páginas nos proporciona, podemos acompanhar a evolução da programação, com a chegada das séries estrangeiras; a entrada das novelas; a produção de programas especiais, com grandes elencos – em boa parte, oriunda ainda de rádio novelas – sobretudo em datas específicas, como Natal e Semana Santa; os cantores nacionais, que começavam a se projetar através da televisão; a produção de shows, sobretudo no centro do país, como “Times Square”,

mas também a programação produzida nos próprios estúdios locais.

Evidentemente, pode-se também acompanhar o surgimento e o apoio dos patrocinadores, ratificando o que Suzana Kilpp (2000) indica em seus estudos: a televisão promoveria uma relação direta entre a industrialização regional – no caso sul-rio-grandense – com grupos e empresas locais, que apóiam o nascimento da televisão, mas que, à medida mesma em que a televisão se nacionaliza e se formam as redes, vão gradualmente desaparecendo, evidenciando novas etapas no desenvolvimento do capitalismo brasileiro.

Além dos espaços dedicados às notícias em geral, da televisão sul riograndense e nacional, a TV Sul Programas apresentava também espaços com textos dedicados a críticas, geralmente localizados na primeira página. Uns dos mais reiterados evidenciava a pequena quantidade de programas locais, mesmo que, na época, as produções legitimamente gaúchas fossem ao ar com maior frequência do que hoje em dia:

Muito tem se falado no excesso de filmes e tapes que são apresentados em nossas duas emissoras de televisão, e nós mesmos abordamos o assunto, defendendo a necessidade de se criarem maiores oportunidades para nossos artistas. [...] Temos ótimos realizadores, grandes artistas e, melhores ainda, patrocinadores. Vamos, portanto produzir grandes atrações para os nossos telespectadores, que estão ávidos para assistir programas com valores nossos, pois bons programas vendem mais e o patrocinador o sabe melhor do que ninguém (TV Sul Programas, edição 23, quinzena de 16 a 31/7/1964).

Em entrevista a nós concedida, João Batista de Melo Filho, jornalista que atuou na TV Piratini, desde sua inauguração até o final da emissora, e diversas vezes um dos nomes citados nas publicações da TV Sul Programas e atualmente presidente da Associação Riograndense de Imprensa, destacou:

Eu acredito que a TV Sul Programas foi rigorosamente uma tentativa de divulgação específica sobre a TV baseada no sucesso da revista do rádio, mas que não deu certo regionalmente em lugar nenhum, em função, muito provavelmente, da nacionalização da TV. Você gosta de ler e de saber sobre as pessoas que estão perto de você e não por quem não aparece. O ator daqui Darcy Fagundes jogado eventualmente com a produção local em um horário periférico não chama tanta a atenção como Tarcísio Meira todos os dias no horário nobre.

Em detrimento dessa nacionalização, como explica Batista, o que antes era prioridade, na TV Sul programas, a valorização dos artistas locais, acabou se tornando secundário. Para pratos da casa, no decorrer das edições, foram dedicados poucos espaços. Já para os sucessos da TV Tupi e Excelsior, as páginas com imagens e textos mais ampliados, foram abrindo lugar, sendo isto uma estratégia editorial para que a revista pudesse se firmar no mercado e estar em contato com seu público.

Pois vimos saber que alguns elementos das nossas emissoras estão achando falta de mais noticiário local nesta revista... Que deveríamos continuar prestigiando mais os

valores da casa... Em primeiro lugar, não mudamos de orientação. O que ocorreu foi simplesmente isso: em um ano de publicação, focalizamos tanto de muitos, que o assunto quase se esgotou. Convém lembrar que as edições interinas com biografias dos elementos locais, entrevistas, fotos, etc. Fizemos reportagens sobre diversos setores de nossos canais, comentamos e promovemos programas e pessoas. Várias capas foram feitas com “pratas da casa”. Enfim, por algum tempo chegamos quase a ignorar que existia TV em outros estados, relegando a plano secundário valores nacionais de grande prestígio popular, inclusive com enormes legiões de admiradores no Rio Grande do Sul. Foi quando o “faro jornalístico” apurou o seguinte: era preciso dosar melhor a revista, era preciso dar-lhe um cunho mais nacional, sem esquecer o regional; era preciso, enfim, fazer a revista mais para o público, do que para um círculo limitado de interessados. E assim se fez. Fomos ao encontro do povo.[...] Analisemos os programas das duas emissoras locais. Não podemos fugir dessa análise, porque ela é fundamental. Na programação da última quinzena, constatamos o seguinte, num dos dias da semana: Filmes-15; vídeo tapes, incluindo novelas-8; programas locais ao vivo-5; Noticiosos- 5 [...] E é só. Lamentavelmente só. Uma predominância notável dos enlatados (23 filmes e tapes) contra 5 programas ao vivo ou se quiserem, 10, se acrescentarmos os noticiosos...Isto em dois canais de TV!

Morre a programação ao vivo. Daqui, destas colunas, já bradamos por mais programas locais. Sem resultado. Não silenciaremos, mas também é preciso que se ofereçam ao público espetáculos em número e quantidade que o satisfaça. Não basta alguns espetáculos ótimos por ano. Repetimos: quantidade e qualidade. Do contrário, é isto que está acontecendo: filmes, shows, novelas, tomando conta do público. E não nos resta outra alternativa: como veículo de divulgação, temos que oferecer ao público **AQUILO QUE ELE ESTÁ INTERESSADO EM LER, CONHECER E VER** (TV Sul Programas, edição 28, quinzena de 1/10/1964 a 15/10/1964).

Potente meio de sociabilização

Sandra Reimão (2006) evidencia que a televisão tornou-se, no Brasil, o principal meio, não apenas de entretenimento, quanto de informação e sociabilização do brasileiro, inclusive pelas grandes distâncias que existem no país, fisicamente consideradas, tanto quanto as enormes diferenças sociais que a nação ainda guarda.

A televisão, assim, possui enorme importância social, política, econômica e cultural. Ela aproximou as comunidades; ela atualiza as famílias; ela vem disseminando valores e mesmo promovendo iniciativas de importância social, como se verifica através do chamado marketing social, especialmente presente na TV Globo. Criou-se uma homogeneização; promoveu-se a desqualificação e até o desaparecimento de algumas práticas regionais. Para o bem ou para o mal, a televisão moldou uma outra nação.

Uma revista que acompanhou justamente os primeiros anos de implantação desta mídia, no caso a TV Sul Programas, evidentemente ganha importância, porque permite identificar-se, no nascedouro, aqueles movimentos que, mais tarde, tornar-se-iam comuns e caracterizariam, mesmo, o novo meio. Importa ler, também, nestas páginas, a maneira pela qual se noticiaram as novas conquistas tecnológicas da televisão no Brasil; os nomes que os canais televisivos tornaram populares e aproximaram, criando

intimidade junto aos espectadores brasileiros e especialmente sul-rio-grandenses, ainda que com as limitações na produção local e a repetição da programação oriunda do eixo Rio-São Paulo.

Referências Bibliográficas

- BALOGH, Anna Maria- O discurso ficcional na TV, São Paulo, EDUS2002.
- BERGESCH, Walmor; Os televisionários, Porto Alegre, Ardotempo, 2010.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. Comunicação & recepção. São Paulo: Hacker, 2005.
- GOMES, Itania Maria Mota- Efeitos de recepção- A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media, Rio de Janeiro, E-Papers Serviços, 2004.
- HALL, Stuart. Da diáspora- Identidades e mediações culturais, Belo Horizonte, UFMG, 2006.
- KILPP, Suzana- Ethicidades televisivas, São Leopoldo, UNISINOS. 2003.
- KILPP, Suzana- Apontamentos para uma história da televisão no Rio Grande do Sul, São Leopoldo, UNISINOS. 2000.
- LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. Metodologia de pesquisa em jornalismo. Petrópolis:Vozes, 2007
- MATTOS, Sérgio- A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000), Salvador, Ianamá. 2000.
- MELO, José Marques de- Televisão brasileira. 60 anos de ousadia, astúcia, reinvenção, São Paulo, Cátedra UNESCO de Comunicação/ Memorial da América Latina. 2010.
- MOUILLAUD, Maurice et PORTO, Sérgio Dayrell (Orgs.) – O jornal. Da forma ao sentido, Brasília, UNB. 2002.
- ORTIZ, Renato; BORELLI, Silvia Helena Simões e RAMOS, José Mário Ortiz- Telenovela- História e produção, São Paulo, Brasiliense. 1989.
- PEREIRA JUNIOR, Alfredo Eurico Vizeu; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo e MOTA, Célia Ladeira (Orgs.)- Telejornalismo – A nova praça pública, Florianópolis, Insular- UFSC. 2006.
- SCALZO, Marília- Jornalismo de revista, São Paulo, Contexto, 2008
- SODRÉ, Muniz- A máquina de Narciso. Televisão, indivíduo e poder no Brasil, Rio de Janeiro, Achiamé. 1984.
- SOUZA, José Carlos Aronchi de- Gêneros e formatos na televisão brasileira, São Paulo, Summus. 2004.
- REZENDE, Guilherme Jorge de – Telejornalismo no Brasil. Um perfil editorial, São Paulo, Summus. 2000.
- WOLTON, Dominique- O elogio do grande público, São Paulo, Ática. 1996.