

2

A TV NA SALA DE ESTAR

2.1

A TELEVISÃO CHEGA AO BRASIL

A primeira exibição de televisão no Brasil ocorreu em 1939, em uma feira de novidades no Rio de Janeiro, quando uma empresa alemã apresentou uma câmera e um receptor que mostravam o que estava acontecendo no recinto (Souza, 1984:33). Neste mesmo ano, nos Estados Unidos, realizou-se a transmissão experimental da inauguração da Feira Mundial de Nova York (Paternostro, 1999:20). A Segunda Guerra Mundial interrompeu o desenvolvimento da tecnologia da televisão e não existe nenhum consenso em relação à data da primeira transmissão da televisão brasileira. Mas, sabe-se que a primeira emissora de televisão, a PRF-3, Tupi, foi inaugurada em 1950 por Assis Chateaubriand (Fig. 1), proprietário dos Diários Associados, uma empresa que incorporava jornais, revistas e emissoras de rádio. A inauguração aconteceu em São Paulo, que nesta época já era o maior centro comercial e industrial do país.

A industrialização do Brasil foi um processo lento. O país, de tradição agrícola, manteve o modelo de exportação de matéria-prima e importação de produtos industrializados até a Terceira década do século XX, quando começou a esboçar uma mudança. O crescimento industrial impulsionou as migrações das áreas rurais para as urbanas, estimulando o processo de urbanização das cidades. A urbanização e consolidação do Brasil como mercado produtor e consumidor de produtos industrializados, a partir de uma política de substituição de importações, foi fundamental para a constituição das emissoras de televisão como empresas comerciais, economicamente viáveis. O novo veículo foi buscar referências no formato radiofônico, mas também no teatro e no cinema. Segundo Walter Avancini, diretor de teledramaturgia, “era inevitável que a TV reciclasse todos os veículos anteriores que a precederam” (Júnior, 2001:319). Muniz Sodré (1981:92) aponta outras influências quando comenta o modo como as revistas ilustradas indicavam o caminho expressivo da televisão, ao converter a imagem em informação. A dependência de investimentos publicitários e a tendência à despolitização também são características das



Fig. 1. Assis Chateaubriand foi desestimulado, por uma consultoria norte-americana, a trazer a televisão para o Brasil. Para os técnicos, o país não apresentava condições econômicas e sociais. Chateaubriand desconsiderou a opinião dos especialistas e marcou a história da comunicações brasileiras.

revistas ilustradas que se estabeleceram na década de 50. A Revista Manchete, por exemplo, que foi fundada em 1952, empenhava-se na valorização da visualidade, através de cuidados com a paginação, impressão e apuro técnico e, principalmente, a utilização de fotografias em quantidade.

Um ano após a inauguração da PRF-3, TV Tupi Difusora São Paulo, inaugurou-se a TV Tupi do Rio de Janeiro. Pouco tempo depois, as emissoras de televisão Record, Paulista, Rio e Itacolomi iniciaram as suas transmissões; a TV Tupi agora disputava a audiência dos trinta e quatro mil aparelhos do país. Em 1955, transformada em Emissoras Associadas, a Tupi contava com estações em onze cidades. As emissoras de televisão entravam no ar às 4 horas da tarde e era o rádio que continuava a dar as notícias em primeira mão. Na década de sessenta existiam quinze emissoras de televisão, com alcance bastante limitado em razão do baixo número de domicílios com aparelho e da reduzida área territorial capaz de receber seus sinais.

O Estado sempre representou uma grande influência no estabelecimento da televisão no Brasil, seja criando condições institucionais e infra-estruturais para o desenvolvimento da economia urbano-industrial, seja através do poder de conceder e cancelar concessões. No entanto, até o início dos anos 60 havia pouca regulamentação sobre o setor de telecomunicações. No curto governo do presidente Jânio Quadros (1961) foi criado o Conselho Nacional de Telecomunicações, que regulou a duração dos comerciais, determinou a dublagem de programas estrangeiros e uma cota mínima diária de filmes nacionais que as estações de televisão deveriam exibir. Em 1967, foi criado o Ministério das Comunicações, reforçando a influência oficial no setor.

Em 1964, acontece no Brasil o golpe militar. Durante os vinte e um anos que se seguiram, uma nova ordem política e econômica se estabeleceu, sendo baseada na doutrina de segurança e desenvolvimento nacional disseminada pela Escola Superior de Guerra (ESG), focada na integração nacional e integridade territorial. A realização destes objetivos envolvia transportes, comunicações, colonização de regiões afastadas e muita repressão. Para alcançar os seus objetivos, o governo abriu-se ao capital estrangeiro, retribuindo com uma sociedade mantida sob rigoroso controle.

Durante o governo militar, a utilização dos meios de comunicação foi pensada como fator estratégico. As telecomunicações eram consideradas elementos chave para a promoção e estímulo do desenvolvimento nacional, tendo inclusive sua utilização recomendada por parte de órgãos

como a Unesco e a ONU, para a obtenção destes fins. A modernização tecnológica das comunicações, somada a um aumento na concentração da renda e uma maior diversificação dos bens de consumo, favoreceu a expansão da televisão (Sodré, 1981:99).

A televisão torna-se, então, componente fundamental no estabelecimento da política de desenvolvimento e integração nacional. A manutenção do regime militar necessitava de um meio de disseminação das suas idéias de nova ordem, seus conceitos de desenvolvimento, paz e fidelidade ao movimento “revolucionário”, suas intenções de estabilidade política e social. Assim, ao mesmo tempo em que criava melhores condições operacionais para as indústrias de telecomunicação (satélites, rede de microondas, etc.), o regime autoritário também se utilizava do veículo para promover as suas idéias. A vitória brasileira na Copa do Mundo de Futebol de 1970, por exemplo, foi utilizada em campanhas ufanistas, através da transmissão de slogans (“Prá frente, Brasil”, “Brasil: ame-o ou deixe-o”)¹, ajudando a aumentar a popularidade do governo Médici, considerado um dos mais repressivos da história brasileira. A influência do governo militar não se restringiu apenas à promoção do desenvolvimento técnico; havia uma forte interferência no conteúdo dos programas. Os meios de comunicação sofriam censura rigorosa e o Ato Institucional no. 5, de 1968, era amplamente empregado na cassação de mandatos, suspensão de *habeas-corpus*, e outras intervenções sem salvaguardas constitucionais. O governo era o grande anunciante, apoiava-se no veículo televisão para informar as suas realizações, incluindo números que, embora não parecessem retratar a realidade, não podiam ser questionados no regime de exceção. Desta forma, o período pós-golpe foi marcado por extrema censura ideológica, o que acabou favorecendo o aumento de conteúdos de caráter popularesco e a exibição de programas “enlatados”, que chegaram a representar 50% da programação. Paradoxalmente, neste mesmo período florescia o Cinema Novo que, pelas condições políticas da época, não encontrava espaço de exibição na televisão.

Entre 1964 e 1988, as concessões de licenças para exploração de frequências eram outorgadas por decisão direta do Executivo a grupos comprometidos com a ideologia do regime. Desta forma, tanto as concessões quanto as cassações de emissoras sempre foram utilizadas com fins políticos. A cassação da concessão da TV Excelsior em 1970, embora justificada por fatos reais tais como dívidas empresariais e trabalhistas, é também atribuída a ausência de simpatia do

¹ Criados pela AERP, Assessoria Especial de Relações Públicas, órgão oficial de propaganda do governo Médici.

governo militar em relação ao grupo controlador da emissora. Os governos seguintes ao regime militar também se utilizaram da mídia eletrônica para a obtenção de vantagens. Atribui-se, por exemplo, o prolongamento do mandato do Presidente José Sarney à distribuição de novas concessões.

No entanto, a principal mudança trazida após o fim do governo militar foi a promulgação da nova Constituição de 1988, com textos específicos sobre comunicação social. A nova Constituição banuiu a censura e qualquer outro dispositivo que servisse de embaraço à plena liberdade de informação. O artigo 222 revogou as limitações da Constituição anterior, que dava exclusividade de propriedade das empresas de comunicação a brasileiros natos. A nova legislação também estendeu ao Congresso Nacional a outorga ou renovação de concessão de emissoras, apesar do grande número de novas concessões distribuídas, imediatamente antes da promulgação da nova Constituição.

Desde o início, a televisão brasileira se caracterizou como veículo publicitário, seguindo o modelo americano. As agências de publicidade estrangeiras instaladas no Brasil e que possuíam experiência no veículo foram as primeiras a trazer seus clientes obtendo, inclusive, poder de decisão em relação ao conteúdo dos programas e contratação de funcionários. Assim, durante as duas primeiras décadas, os nomes dos programas levavam também o nome do patrocinador, chamando-se *Teatrinho Trol*, *Telenotícias Panair*, *Repórter Esso*, *Reportagem Ducal* etc. Em 1967 os maiores anunciantes eram corporações multinacionais. A influência dos anunciantes e das agências de publicidade multinacionais foi extremamente direta até o final dos anos sessenta. A partir deste período esta influência tornou-se mais indireta, embora não menos importante.

No início da década de sessenta, a chegada do videoteipe trouxe um grande impulso ao desenvolvimento da televisão. O VT, adquirido especialmente para registrar a inauguração de Brasília, posteriormente permitiu o estabelecimento da programação no formato que temos hoje. Mas, principalmente, foi capaz de instituir a rotina diária de assistência a programas, na medida em que permitiu uma mudança na grade de programação; o mesmo programa podia ser assistido em partes, distribuído ao longo de vários dias da semana.

Nos primeiros anos da televisão no Brasil, o preço de um aparelho de televisão era proibitivo, custava três vezes mais do que a mais sofisticada radiola, pouco menos que um carro (Mattos, 2002:81). Os primeiros duzentos televisores

existentes no Brasil foram importados para a inauguração da TV Tupi, e a montagem da primeira fábrica de televisores, da marca *Invictus*, ocorreu em 1951. No entanto, os componentes utilizados permaneciam sendo importados; mesmo as válvulas, componentes básicos dos aparelhos de televisão da época, eram de fabricação americana. A partir de 1964, as indústrias eletrônicas ampliaram a produção de aparelhos e em 1968 o governo introduziu uma política de crédito pessoal, que permitia a aquisição de um televisor em pagamentos de 12, 24 ou 36 parcelas. O número de telespectadores aumentou e a indústria encontrou um veículo interessante para anunciar os seus produtos.

A TV Globo e as mudanças na liderança do veículo

Em 1965, surge a TV Globo, contando com um jornal influente, uma emissora de rádio popular e o apoio financeiro e técnico do grupo americano *Time-Life*. A atuação do grupo estrangeiro foi posteriormente afastada, mas permitiu a TV Globo tornar-se rapidamente uma empresa rica e estruturada. Em 1969, a emissora consolidou-se como rede, iniciando a transmissão simultânea do *Jornal Nacional* para várias cidades através do sistema de microondas. Muniz Sodré (1981:98) sugere que com o estabelecimento da Rede Globo teve início, de fato, a “indústria da comunicação televisiva”.

A Rede Tupi dominou o mercado nos vinte primeiros anos do veículo, mas a TV Excelsior chegou a ser uma rede poderosa durante o governo Goulart (Mattos, 2001:93). Esta última perdeu a sua licença em 1970, após um período de decadência que coincide com a ascensão da TV Globo (idem). Armando Nogueira questiona se a Tupi chegou a constituir uma rede, na medida em que a Tupi do Rio produzia uma novela diferente da emissora de São Paulo, gerando altos custos (Gonçalo, 2001:32). Em 1980, a concessão dos canais dos Diários Associados (Rede Tupi) foi cassada e as suas frequências divididas entre os grupos Silvio Santos e Adolfo Bloch, considerados empresários “confiáveis e amistosos” e que vieram a construir, posteriormente, as redes SBT e Manchete (Mattos, 2002:114-115).

Por outro lado, a TV Globo soube aproveitar a tecnologia emergente da Embratel para diluir os seus custos de produção. Em 1971, a TV Globo inovou com a criação de um departamento de pesquisa e análise que permitiu o planejamento de publicidade e sua veiculação no espaço adequado dentro da programação. Em 1972, houve a consolidação da sua liderança no mercado com o início da

produção e transmissão à cores. Em cinco anos, toda a programação da Globo era colorida. Até 1973, a Rede Globo direcionou a sua programação para as camadas socioeconômicas mais baixas da população, o que lhe proporcionou uma grande audiência. Mas, foi principalmente nas suas estratégias de comercialização que a Globo inovou. Ela evoluiu da comercialização típica do rádio, para a utilização de técnicas mais avançadas, com patrocínios, vinhetas de passagem, *breaks*, e outras inovações, ainda em uso. Na década de setenta, a Rede Globo passou a buscar uma maior qualidade técnica de seus programas, e introduziu a idéia do “Padrão Globo”, talvez como uma resposta ao questionamento do governo em relação ao baixo nível dos programas transmitidos. Em 1976, a TV Globo já produzia 75% da sua programação e chegou ao fim da década de setenta exportando para mais de noventa países. Outras emissoras também exportavam programas, apesar de não obter faturamento expressivo no setor. As novelas eram dubladas para exportação mas, buscando uma participação mais agressiva no mercado hispânico, a Rede Globo iniciou, em 2002, a produção de novelas gravadas em espanhol nos seus estúdios.

Em 1995, a Rede Globo inaugurou, no Rio de Janeiro, o Projac, maior centro de produção da América Latina, com estúdios modernos e auditórios para eventos ao vivo. No ano seguinte, o SBT de Sílvio Santos inaugurou, em São Paulo, o Complexo Anhangüera, ocupando uma área maior do que os estúdios da Rede Globo. Em 1999, foi anunciada a criação da TV Globo Internacional com transmissão em português, visando alcançar os cerca de 5,6 milhões brasileiros residentes no exterior (Mattos: 2002,142-143).

O perfil de influências da publicidade e do próprio Estado sobre as emissoras de televisão sofreu grandes modificações a partir da década de 90. Neste período houve uma retração dos investimentos públicos, a suspensão da censura e uma maior fragmentação do mercado através da entrada das TVs a cabo, o acirramento da competição entre as emissoras de canal aberto e, ainda, o surgimento de novas mídias como a Internet. O comportamento dos telespectadores passou a ser mapeado e resumido nas medidas de audiência levantadas pelos institutos de pesquisa de opinião. Estas ondas numéricas tornaram-se influência direta no movimento das marés de programação, seja na criação de programas mais populares, nas novelas que se tornam mais curtas ou mais elásticas e mesmo nos telejornais, que aumentam ou diminuem a sua dosagem de violência. Segundo Octávio Florisbal, superintendente comercial da Rede Globo, cada ponto de audiência perdido representa R\$ 45 milhões a menos no faturamento (Mattos,

2001:140) de modo que a disputa acirrada pela audiência se impõe.

Entre 1994 e 1998, com o controle da inflação e a estabilidade econômica trazidas pelo Plano Real, foram vendidos cerca de 28 milhões de aparelhos de televisão. Calcula-se que em 1993 havia 31 milhões de aparelhos em uso. Dos novos, supõe-se que 6 milhões foram comprados por famílias que estavam adquirindo o primeiro televisor, contribuindo para um aumento de 24 milhões de novos telespectadores, 20% do antigo total da audiência (Mattos, 2002: 102). Com estes dados, compreende-se o incremento da programação destinada às classes C e D, na briga pela audiência.

A entrada da televisão por assinatura no Brasil, iniciada em 1990, mostrou-se aquém do idealizado pelas empresas atuantes neste mercado. Nos Estados Unidos, a taxa de penetração chega a 88% (de cada 100 domicílios, 88 têm algum tipo de televisão paga), na Alemanha é de 92%, e 32% em Portugal (Barbosa, 2002). No Brasil, este número estabilizou-se em cerca de 9% dos domicílios brasileiros com aparelhos de televisão. Esta resposta de mercado desapontadora trouxe prejuízos para a Globo Cabo, empresa das Organizações Globo, que havia feito um grande investimento na infra-estrutura do novo segmento.

A partir de 1997, no segundo governo de Fernando Henrique Cardoso, houve um desaquecimento do consumo, como resultado da redução dos financiamentos e das elevadas taxas de juros praticadas. Este processo resultou no decréscimo nas vendas de aparelhos de televisão, num quadro de redução de consumo.

Tecnologicamente, a televisão brasileira permaneceu em mãos estrangeiras. Os equipamentos utilizados para produção e transmissão são, na sua maior parte, importados do Japão e dos Estados Unidos. A televisão brasileira tem hoje uma característica empresarial, dependendo diretamente dos investimentos em publicidade e da venda de bens de consumo - automóveis, cigarros, sabonetes - mas, também, sonhos. Principalmente, o sonho de uma integração social plena, na medida em que é a televisão que capta e expressa as representações de uma comunidade nacional imaginária. Se a televisão pode ser considerada o primeiro sonho de consumo do brasileiro, ela certamente transformou-se em uma janela para os demais sonhos: carros, motos, cigarros, fazendo com que o telespectador-consumidor se estabelecesse, antes do telespectador-cidadão.

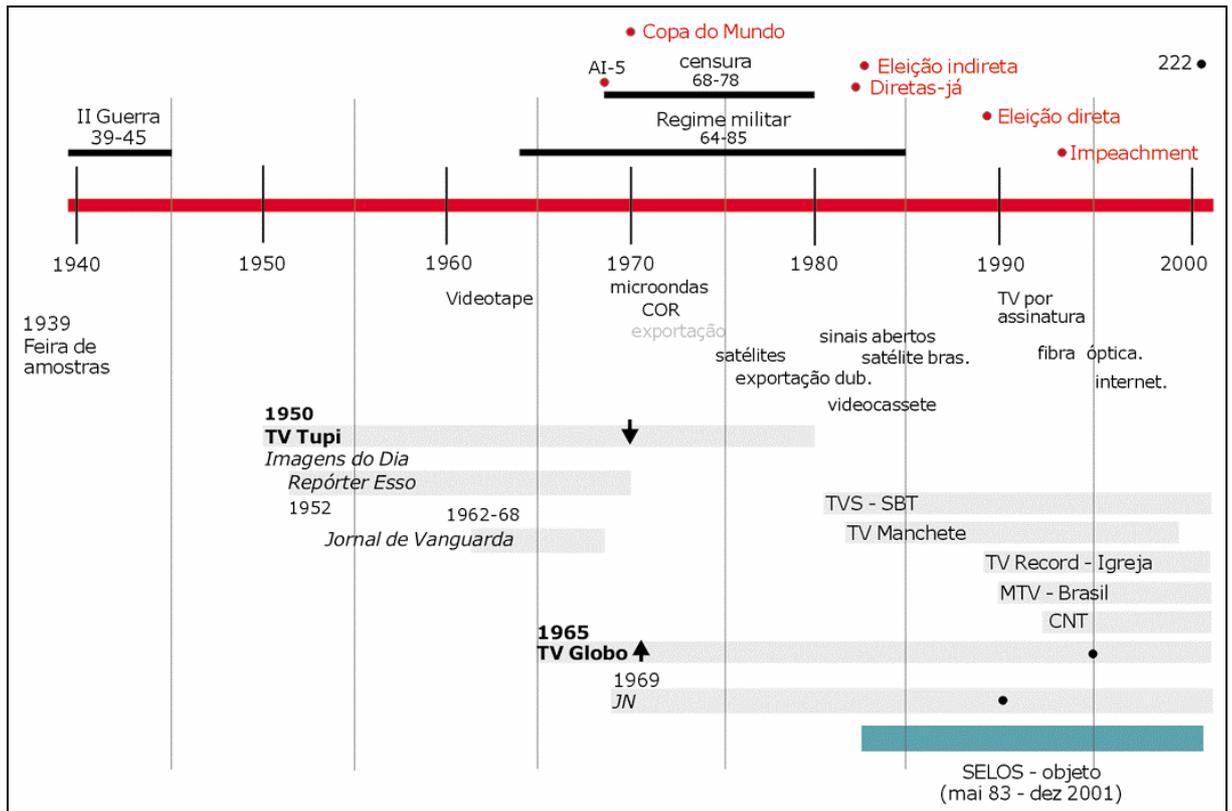


Fig. 2. Linha do tempo demonstrativa dos principais momentos do processo de criação e evolução da televisão no Brasil, em paralelo com eventos em destaque no cenário nacional e mundial. O ponto em cor preta assinalado na trajetória do *Jornal Nacional* indica o momento da entrada de jornalistas na apresentação do programa. A barra azul destaca o período que será abarcado no nosso estudo.

Uma lente apontada para o futuro

O momento atual do processo de desenvolvimento da televisão no Brasil está focado em dois pontos de discussão. O primeiro diz respeito à proposta de emenda constitucional aprovada em 2001, mas ainda necessitando de regulamentação, que permite a participação do capital estrangeiro até o limite de 30% nas empresas brasileiras de rádio e televisão, assim como nas empresas de mídia impressa. Esta emenda rompe o impedimento estabelecido na Constituição de 1988 que limitava a propriedade de empresas jornalísticas e de radiodifusão a pessoas físicas, brasileiros natos ou naturalizados há mais de dez anos. As empresas de telecomunicação parecem ansiar pelo aporte do capital estrangeiro e a grande discussão está centrada no risco de enfraquecimento da produção local, que garante o posicionamento da televisão brasileira entre as melhores do mundo, em grande parte graças à qualidade da sua teledramaturgia.

A segunda discussão gira em torno da definição do padrão de televisão digital a ser adotado no Brasil. Os padrões europeu, norte-americano e japonês estão sendo testados, mas a escolha definitiva depende de decisões governamentais, estimando-se que a implantação deva ocorrer por volta de 2006. A televisão digital permitirá a HDTV (*high definition television*), com exibição de imagem e som com qualidade melhor que a do DVD, além da recepção através de aparelhos portáteis, semelhante a telefones celulares. Ao lado disto, a possibilidade de interatividade e a utilização de gravadores digitais de vídeo, que permitirão que se assista ao programa desejado, a qualquer momento e sem intervalos comerciais.

Estas novas possibilidades tecnológicas gerarão necessariamente mudanças nos formatos publicitários. A interatividade abre caminho para uma infinidade de serviços na televisão, mas a disponibilidade do telespectador para utilizá-los ainda é uma incógnita. O público está acostumado a utilizar a televisão como entretenimento; quando quer interação procura o computador. Isto talvez explique o fato de que 62% dos ingleses, no país onde a televisão digital está mais avançada, nunca terem usado os serviços interativos de seus aparelhos.

Qualquer que seja a escolha do padrão adotado, o custo do salto tecnológico será bastante alto. Todos os equipamentos, estúdios e antenas de 500 geradoras e quase 8.000 retransmissoras terão que ser trocadas. Na outra ponta, para usufruir dos benefícios desta nova tecnologia o usuário deverá trocar o televisor ou instalar uma caixa conversora capaz de receber os sinais digitais e exibi-los nos televisores atuais. Ao lado da apreensão pela mudança tecnológica, que deverá fazer da televisão que conhecemos uma parente muito distante da nova mídia que está por vir, há a expectativa de se incorrer em erros, como aconteceu com a escolha do padrão para a transmissão a cores. O Brasil ficou sendo o único país do mundo a utilizar o padrão de transmissão PAL-M, apesar de produzir em NTSC. A escolha deste padrão tem muitas e diferentes justificativas. O sistema de televisão em preto e branco brasileiro era igual ao americano. Do ponto de vista técnico, a manutenção do sistema NTSC para a transmissão à cores parecia ser a escolha mais lógica. Politicamente, porém, o governo e os técnicos brasileiros consideraram que não seria interessante que o Brasil ficasse na dependência da tecnologia americana (Souza, 1984:122). Além disso, os técnicos consideraram que o sistema alemão PAL, apresentava melhores resultados. Como este sistema não era compatível com o preto e branco adotado no Brasil, foi necessária uma adaptação. Surgiu assim o nosso PAL-M.

2.2 TESTEMUNHA OCULAR DA HISTÓRIA

O primeiro telejornal da televisão brasileira foi o *Imagens do Dia* da TV Tupi, que teve sua estréia em 1950, tão logo a primeira emissora foi inaugurada. O telejornal permanecia no ar enquanto houvesse fotos ou imagens brutas, sem edição, que eram acompanhadas por uma narração ao vivo. Dois anos depois, a mesma TV Tupi passou a apresentar o telejornal mais importante dos primórdios da televisão brasileira, o *Repórter Esso*. Ele foi adaptado de um rádio-jornal transmitido pela agência de notícias UPI (*United Press International*), sob a responsabilidade de uma agência de publicidade que entregava o programa pronto. Devido a maior disponibilidade de filmes estrangeiros, havia uma maior veiculação de material internacional, principalmente filmes da UPI. De qualquer forma, a utilização destes filmes representou uma inovação no estilo mantido até então, quando o noticiário praticamente se limitava à leitura das notícias por um apresentador e apresentação de algumas fotos e mapas. Filmes eram bem mais raros. O estilo do *Repórter Esso* era baseado em um programa de sucesso no rádio, mas na televisão contava com um apresentador exclusivo e um único patrocinador. O patrocinador, que dava o nome ao programa, era o mesmo, mas o apresentador era diferente em cada cidade. No Rio de Janeiro, o *Repórter Esso* era apresentado por Gontijo Teodoro, em São Paulo, Kalil Filho. Mesmo assim, nestes primeiros tempos, a televisão perdia na competição com o rádio, sempre mais ágil. O *Repórter Esso* (Fig. 3) permaneceu no ar até o último dia de 1970, tendo sido líder em audiência durante muitos anos.

Em 1962, estreou na TV Record, o *Jornal de Vanguarda* (Fig. 4), sob a direção de Fernando Barbosa Lima. Buscava um telejornalismo independente e teve como diferencial a participação de jornalistas como produtores e apresentadores de crônicas especializadas. Villas-Bôas Correia, Newton Carlos, Millôr Fernandes, João Saldanha e Stanislaw Ponte Preta integravam a equipe. O *Jornal de Vanguarda* trouxe inovações de apresentação e um noticiário de qualidade, além da preocupação com a imagem e o emprego das caricaturas de Appe e dos bonecos falantes de Borjalo. Célio Moreira, irmão de Cid Moreira (que mais adiante, durante quase trinta anos apresentou o *Jornal Nacional*) era o *sombra* (Fig. 5), um apresentador que falava de política e de quem só se via a silhueta. Em 1964, com o golpe militar, o telejornal passou a sofrer muita pressão e mudou três vezes de estação. Com a edição do Ato Institucional no. 5 pelo governo militar, a equipe se reuniu e resolveu acabar com o telejornal; nas



Fig. 3. "Boa noite. Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história, com as últimas notícias da United Press e da Agência Nacional."

palavras do seu criador, “cavalo de raça, a gente mata com um tiro na cabeça” (in 50 anos TV).

Ao longo da década de sessenta, os telejornais foram ganhando, pouco a pouco, mais espaço na programação graças aos avanços no processo de revelação de filmes, a introdução do videoteipe e de câmeras sonoras mais ágeis, a utilização das ligações por microondas e das transmissões por satélite. No entanto, as restrições movidas pela censura fizeram com que as inovações fossem mais sentidas no aspecto técnico. Se por um lado, o telejornalismo norte-americano servia de modelo, por outro esta inspiração é apenas no aspecto formal; na prática, os jornalistas não participavam dos telejornais como apresentadores. Além disso, não se havia alcançado um estilo próprio para o telejornalismo brasileiro; a influência da linguagem do rádio permanecia marcante e a imagem era pouco aproveitada. O final do *Repórter Esso* e o início do primeiro telejornal em rede, o *Jornal Nacional*, marcam o começo de uma nova fase no telejornalismo brasileiro.

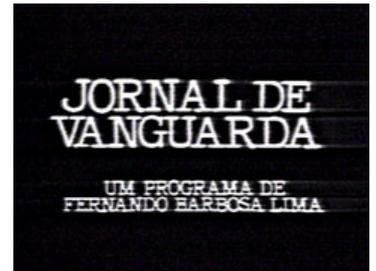


Fig. 4. Logotipo e equipe do *Jornal de Vanguarda*

2.3 ESTÁ NO AR O JORNAL NACIONAL

No dia 1º de setembro de 1969 o *Jornal Nacional* foi ao ar pela primeira vez. Naquela noite, Hilton Gomes e Cid Moreira informaram ao país que uma junta militar governava o país desde o dia anterior. A junta formada por ministros militares aplicou um golpe dentro do golpe, substituindo o presidente Costa e Silva - incapacitado por problemas de saúde - e impedindo que o seu vice-presidente, um civil, tomasse posse. Começavam no mesmo dia a integração nacional pela notícia e o recrudescimento do governo militar.



Fig. 5. O *Sombra*

O *Jornal Nacional* (Fig. 6) estreou tendo em mira o sucesso de audiência do *Repórter Esso* e a respeitabilidade que um noticiário poderia trazer à TV Globo. Segundo Armando Nogueira, diretor da Central Globo de Jornalismo à época da criação do telejornal, o noticiário foi a pedra de toque de um projeto bastante ambicioso que previa a geração de uma programação uniforme para todo o Brasil (Gonçalo, 2001:32). Neste momento, a Rede Globo estabeleceu a sua primeira grande aliança com a tecnologia, iniciando o emprego dos satélites para a difusão de notícias e também para obter um maior alcance de suas fontes, nacional e internacionalmente. O seu estilo de apresentação também era novo, na postura formal do locutor, no emprego de efeitos visuais e

principalmente na sua transmissão ao vivo para seis das principais cidades brasileiras, inicialmente.

As inovações do *Jornal Nacional* foram tão marcantes que pareciam sugerir que se havia criado uma nova linguagem, mais apropriada ao veículo. “Claro que não foi a Globo que criou o telejornalismo, mas foi ela que eliminou o improviso, impôs uma duração rígida no noticiário, copidescou não só o texto como a entonação e o visual dos locutores, montou um cenário adequado, deu ritmo à notícia...” (Pignatari, 1984:14).

Durante o período de censura à imprensa, principalmente a partir de dezembro de 1968, o controle do que era veiculado nos telejornais era tão rígido que se exibia uma situação distorcida da realidade. As imagens mostravam atentados e conflitos em diversas partes do mundo, enquanto no Brasil representava-se uma paz alienante. O país era uma “ilha de tranquilidade”, cercada de censura por todos os lados. O noticiário internacional passou a ser o segmento mais trabalhado dentro do *Jornal Nacional*, graças também à agilidade trazida pelo uso regular dos satélites. O maior incremento das matérias internacionais, e sua grande receptividade pelo público proporcionaram o surgimento dos correspondentes internacionais. Em lugar de serem simplesmente enviadas pelas agências, as matérias tornaram-se personalizadas, e carregadas de emoção (Souza, 1984:100).

O *Jornal Nacional* sempre foi alvo de muitas críticas, principalmente no que se refere ao seu alinhamento junto ao governo militar. A grande questão a ser levantada reside no fato da televisão brasileira ser um veículo de concessão de serviço público a título precário, o que estabelece uma relação de dependência da televisão como o poder vigente. Na medida em que, no momento da sua criação, o *Jornal Nacional* encontrou a existência de um regime de exceção, esta vinculação foi muito exposta. Por outro lado, também o *Repórter Esso*, que viveu seus últimos momentos neste período, exibia desfiles de modas, concurso de cães e resultados de partidas de futebol, enquanto o *Jornal de Vanguarda*, não conseguindo manter-se como a voz da oposição, optou pelo seu próprio encerramento.

Apesar das restrições impostas neste período, o *Jornal Nacional* desde o seu início apresentou inovações em relação às técnicas de redação e apresentação de notícias, que acabaram por se tornar paradigmáticas para todo o telejornalismo praticado no país. Assim, instituiu-se que o texto deveria ser redigido em frases curtas e simples, de fácil entendimento. Rezende (2000:75) exemplifica a busca desta simplicidade através da orientação dada pelo jornalista

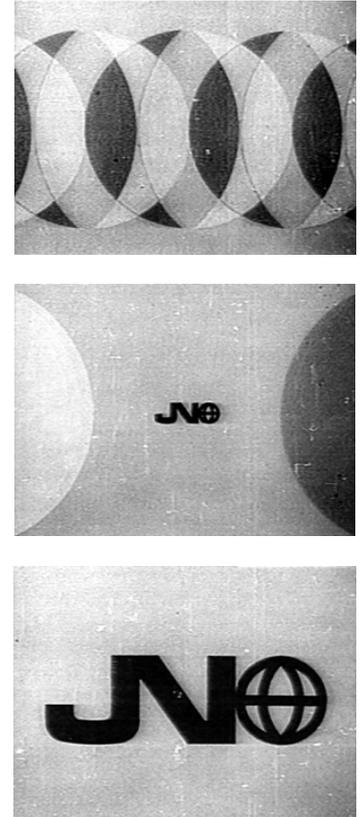


Fig. 6. Primeira abertura do *Jornal Nacional*.

econômico Celso Ming à sua editoria. Segundo o jornalista, quando o repórter escreve, deve ter em mente a sua “tia burra,” uma espécie de leitor padrão. Se a mensagem é compreendida por ela, certamente será compreendida por qualquer outro telespectador.

O *Jornal Nacional* procurou desde cedo sair mais do estúdio, deslocando a observação para o palco onde acontecia a ação. O *JN* também foi capaz de estabelecer uma estrutura suficientemente forte para resistir às pressões dos patrocinadores em relação ao que era veiculado. O noticiário anterior da TV Globo, *Ultra Notícias*, patrocinado pela Ultragás, era obrigado a exibir no cenário réplicas e miniaturas de bujões de gás (Souza, 1984:23). Para não correr um risco semelhante, o *JN* procurou não incluir a marca do patrocinador no seu nome.

Após o regime militar e durante o abrandamento da censura, a influência da televisão continuou a mostrar sinais de imbricação com o governo vigente. Durante a primeira campanha pelas Diretas Já, em 1984, a TV Globo foi criticada por ter retardado a sua entrada na cobertura do evento. Em 1989, na primeira eleição presidencial pelo voto popular após o regime militar, todo o processo eleitoral - das campanhas e debates até a apuração - foi acompanhado pela audiência passo a passo. No entanto, houve acusação de manipulação na edição do último debate entre os candidatos Fernando Collor de Mello e Luís Inácio Lula da Silva, realizado pela Rede Globo, que passou a ser tachada de “cabo eleitoral” de Fernando Collor (Bucci, 2002:2). Parece haver um consenso de que Lula realmente teria perdido o debate, mas segundo Ricardo Kotscho, assessor de Lula à época do debate, em entrevista ao programa *50 Anos de TV*, o que teria sido uma difícil partida de futebol, equivalente a um 3 X 1, foi mostrada como um massacre, uma partida de 15 X 0.

Em 1991, Armando Nogueira foi afastado da direção do jornalismo da TV Globo. Mas, foi a partir de 1995 que começaram a ocorrer modificações editoriais no *JN*. Foi quando Evandro Carlos de Andrade assumiu a Central Globo de Jornalismo. Apesar das pesquisas de opinião indicarem que 88% dos paulistanos eram favoráveis à permanência de Cid Moreira (Rezende, 2001:171), este foi substituído, juntamente com Sérgio Chapelin, por William Bonner e Lilian Witte Fibe no dia 29 de março de 1996. Talvez por receio de desvincular-se completamente da imagem que Cid Moreira havia imprimido ao *Jornal Nacional*, num primeiro momento a emissora optou por mantê-lo na apresentação dos editoriais do *JN*. Posteriormente, estes editoriais foram incorporados ao texto apresentado pelos próprios apresentadores. A intenção

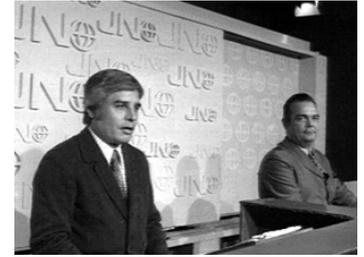


Fig. 7. Cid Moreira e Hilton Gomes na gravação do *Jornal Nacional*.



Fig. 8. Fotogramas de apresentação do *Jornal Nacional*.

ao colocar jornalistas para apresentar o *Jornal Nacional* era promover maior credibilidade ao noticiário. Embora permanecesse a idéia de que o *JN* deveria valer por uma primeira página de jornal, sem deixar de veicular as notícias mais importantes de cada dia, a nova orientação estabelecia a importância do conhecimento dos apresentadores em relação aos textos lidos. Mas, o enfoque nos textos curtos e na agilidade de veiculação foram mantidos.

Ao contrário do que havia acontecido nas eleições anteriores, nas eleições de 2002 os telejornais da TV Globo se abstiveram de exibir trechos dos debates transmitidos ao vivo. As matérias dos telejornais da Rede Globo mostraram detalhes de bastidores e o clima do evento, sem, no entanto, incorrer em erros do passado. Esta nova postura, crescentemente adotada, demonstra uma intenção de maior transparência na transmissão da notícia. Segundo Bucci, “[...] não se pode afirmar categoricamente que o *JN* esteja trabalhando para o governo ou contra o governo. Ele tem se mantido relativamente equidistante.” Nos dias atuais, não parece haver muito espaço para a manipulação ideológica, num ambiente onde aparenta haver uma uniformização ideológica (Kucinski, 2002:46). Não que se suponha uma produção cultural desvinculada de uma postura ideológica. Acontece que hoje ela é muito mais sutil na manipulação do desejo e do imaginário do público. Por outro lado, há também a ditadura do público, da maioria que estabelece as suas preferências, retratadas nas pesquisas de opinião pública, fazendo com que a programação procure se adequar aos desejos desta massa.

Em 1980, uma pesquisa realizada pelo Ibope demonstrou que o telejornalismo é a mais importante e acessível fonte de informação da população. Do público pesquisado, 73% tinham acesso a televisão. Os telejornais foram identificados como o tipo de programa preferido por 87,4% dos homens e o segundo preferido de 71,3% das mulheres. Segundo matéria publicada pela revista *Exame*, em agosto de 2002, a televisão é hoje o único meio de informação e entretenimento para 40% da população.

Atualmente, o *Jornal Nacional* é considerado o principal programa jornalístico da televisão brasileira, graças a sua elevada audiência, sem que se possa precisá-la com números exatos. A audiência média medida pelo Ibope é de 40% dos aparelhos ligados. No site do programa, encontra-se o número de 40 milhões de telespectadores, mas em anúncio veiculado no jornal *O Globo*, relativo à audiência alcançada nos dias que se seguiram ao ataque do World Trade Center em Nova York, destaca-se que o *Jornal Nacional* é assistido por 35 milhões

de brasileiros, “sete em cada dez famílias” (O Globo, 2001:14).

O *Jornal Nacional* imprimiu o seu formato no gosto popular: notícias curtas, programa de aproximadamente meia hora de duração, iniciando com os assuntos mais importantes do dia e encerrando-se com temas mais leves. Conforme o traçado encontrado nas pesquisas de opinião, este estilo corresponde ao desejo dos telespectadores, mas segundo Rezende, levanta-se a dúvida em relação ao fato de que o *JN* consegue atender ao desejo do seu público telespectador, ou se este público teve suas preferências moldadas ao longo dos anos pelo estilo do noticiário. Qualquer que seja a conclusão obtida, o fato é que mesmo abalado pela perda de audiência dos últimos anos quando não parece mais possível a obtenção de 70 pontos no Ibope, o *JN* segue sendo referência nacional de informação.

2.4 GRAFISMO TELEVISUAL

Muito rapidamente após o início das primeiras transmissões, ficou evidente que os programas deveriam ter sua própria embalagem, com textos e gráficos que apresentassem ao espectador o que iria ao ar. Os primeiros recursos gráficos utilizados tinham origem nas técnicas cenográficas dos estúdios de cinema, como rolos de texto correndo em frente à câmera e animações de marionetes ou figuras de papel recortadas sobre fundo negro. A linguagem televisiva sempre procurou conjugar criativamente elementos de imagem real com animação gráfica, texto e cenografia. Este processo se estabeleceu definitivamente com a invenção da técnica de *chroma-key* - que proporciona a anulação de uma cor saturada, normalmente o azul ou verde, com o objetivo de inserir outras imagens ou um *background* em seu lugar. A utilização dos primeiros equipamentos de inserção eletrônica de caracteres e, posteriormente, de elementos gráficos gerados por computador foram decisivos para que a televisão pudesse desenvolver uma linguagem gráfica própria.

Se a origem da televisão é um enigma cercado de controvérsias e requisições de paternidade por diversas nações, localizar a emissão do primeiro elemento gráfico através do sinal eletrônico de televisão é uma empreitada próxima do impossível. Na medida em que o *Jornal Nacional* trouxe inovações formais e tecnológicas para o telejornalismo, seria natural que se procurasse identificar neste programa as origens do design gráfico em telejornalismo. No entanto, o rastreamento destas origens encontra duas grandes

dificuldades. A primeira se refere à inexistência de estudos e publicações referentes aos primórdios da imagem gráfica em telejornalismo. A segunda dificuldade é a ausência de programas antigos guardados em arquivos. Os primeiros telejornais eram transmitidos ao vivo ou produzidos em filmes, alguns poucos guardados no MIS do Rio de Janeiro e na Cinemateca Brasileira em São Paulo. No entanto, mesmo posteriormente, quando a tecnologia do video-tape já havia sido absorvida, não era incomum a reutilização de fitas de programas, sem a preocupação de se criar uma memória dos primeiros tempos dos telejornais. Finalmente, a ocorrência de diversos incêndios na TV Globo e em outras emissoras, que destruíram grande parte do acervo, aumentou ainda mais a dificuldade de se localizar estas primeiras referências.

O design gráfico para telejornalismo abrange uma grande gama de expressões. Compreende desde a cenografia, real e virtual - seus enquadramentos e iluminação - até o design gráfico propriamente dito (marcas, logotipos, selos, vinhetas), passando pelo design informacional (simulações, infográficos, bases para caracteres).

Apesar das características que a diferenciam das outras mídias (impressa, radiofônica, etc.), e de sua existência como um meio eletrônico, a televisão contou com um design gráfico que a princípio apresentava pouca diferença tecnológica em relação às peças produzidas para livros, jornais ou revistas. O grafismo era obtido a partir de cartelas fixas onde havia textos ou ilustrações desenhadas e pintadas ou recortadas. Essas cartelas eram filmadas por uma câmera. O filme era revelado e o material exibido.

A absorção da tecnologia digital dirigida à área gráfica foi lenta, principalmente porque, embora representasse uma grande novidade, podendo mesmo ser considerada como o aceno de uma revolução visual, contava-se com equipamentos lentos para o ritmo dos telejornais e que, também, demandavam aprendizado. Além disto, toda a produção gráfica, baseada em procedimentos computacionais, esteve sempre sujeita a utilização de equipamento estrangeiro.

Aparentemente a TV Globo foi a primeira rede a compreender que a valorização do elemento visual seria vital na diferenciação do veículo televisão. Esta opção foi reforçada com a contratação de Hans Donner, designer austríaco que revolucionou o grafismo televisual, sendo hoje reconhecido internacionalmente. Além da sua grande criatividade, o sucesso de Donner também deve ser atribuído à sua abertura para novas tecnologias. Ele foi o primeiro a aplicar técnicas computacionais emergentes nas suas criações, que inclusive

durante muitos anos eram finalizadas fora do Brasil. Arlindo Machado reconhece a qualidade do grafismo televisual brasileiro quando afirma que não se precisa “ir ao MoMA de Nova York, ou à Documenta de Kassel, ou ainda à Bienal de Veneza para conhecer algumas das últimas tendências das artes visuais. Uma das mais avançadas galerias de arte do mundo fica bem aí na sua sala de estar. Basta ligar a televisão...” (Machado, 2000:197).

O design para o telejornalismo apresenta características específicas em relação ao grafismo televisual em geral. Alguns fatores são decisivos para esta diferenciação. Em primeiro lugar, no trabalho gráfico desenvolvido para o telejornalismo, há um maior compromisso com a veracidade da informação – assim como a notícia que é veiculada, o grafismo deve se basear em uma apuração detalhada, já que o grafismo televisual muitas vezes dá corpo a uma notícia sem imagens. Em segundo lugar a sua velocidade de veiculação. O tempo entre a apuração e a difusão da notícia é cada vez menor. A criação, execução e edição dos elementos gráficos devem ser realizadas no espaço de tempo disponível, em local próximo de onde será feita a exibição e com tecnologias conhecidas e absorvidas. Os seus objetivos comunicacionais e informacionais devem ser focalizados, na tentativa de evitar interpretações dúbias ou comunicações indesejadas.