

As emissoras regionais e a formação das redes nacionais de televisão no Brasil

Estela Kurth*

Resumo

Este artigo analisa o processo de formação das redes nacionais de televisão que apresentam duas características. A história das redes tem sido centrada sobre as emissoras situadas no sudeste do país, sem considerar a contribuição das estações regionais na popularização da programação televisiva. Além disso, seguem duas tendências: ora um determinismo político, ora um determinismo econômico. Duas obras serão usadas para demonstrar estas influências: *Um País No Ar*^{cclxxxiii} e *Mercado Brasileiro de Televisão*^{cclxxxiv}. O objetivo deste artigo é verificar as contribuições e limites dos argumentos apresentados em ambas, bem como revelar o papel decisivo das emissoras regionais na implantação de um modelo nacional de redes de televisão.

Palavras-chaves: Comunicação- história- televisão- regional

Abstract

This article analyzes the process of television national networks development that presents two characteristics. The history of networks has been focused on the southeast'ern located broadcasting stations. Then these analyses don't consider the benefits of the regional stations to increase popularization of the television programmes. Moreover, they follow two tendencies: some times appears as a political determinism, sometimes appears as an economical determinism. To demonstrate that influences, were selected two studies: *Um País No Ar* e *Mercado Brasileiro de Televisão*. This text intend to verify the contributions and limits of the arguments presented in both, as well as to reveal the decisive role of the regional broadcasting stations in building a national model of television networks.

Key-words: Social Communication – history – television - regional

A televisão, trazida ao Brasil em 1950 por Assis Chateaubriand, tem um papel fundamental em vários aspectos da vida nacional. Sua trajetória tem sido atravessada por momentos de euforia econômica, tanto quanto períodos de

* Mestranda no Programa de Pós-Graduação em História da UFSC sob a orientação do Prof. Dr. Ernesto Aníbal Ruiz.

exceção e ruptura política, além de uma produção cultural de relevância incontestável. Este trabalho se propõe a analisar duas significativas obras sobre a história da televisão brasileira, elaboradas na década de 80, que são *Um País No Ar*^{cclxxxv} e *Mercado Brasileiro de Televisão*^{cclxxxvi}, a fim de cumprir dois objetivos. Analisar a importância das emissoras regionais, a partir do modelo de rede que se consolidou no eixo Rio/São Paulo e teve como consequência uma programação homogeneizada, de caráter unificante para todo o país. Nas pesquisas mencionadas, as emissoras regionais são apresentadas como coadjuvantes, a despeito de seu papel institucional e econômico no processo de construção das redes. E ainda, verificar as contribuições e limites que a ênfase sobre os aspectos ora políticos, ora econômicos, apresentados nas referidas obras, causam para o entendimento do modelo de redes nacionais de televisão.

A análise será realizada em três etapas. Inicialmente será apresentado um breve relato sobre a história televisiva. Esta apresentação será feita apenas para elucidar os aspectos que motivaram a formação das redes no cenário nacional e regional, tomando como referência o estado de Santa Catarina. Em seguida, será feita a análise das obras, particularizando cada estudo a partir das teses nele defendidas, bem como a contribuição de interesse para este artigo. Finalmente, serão indicados novos elementos teóricos a fim de avaliar a questão sob a luz do distanciamento histórico, transcorridos aproximadamente 40 anos do início da implantação das redes.

As redes nacionais no Brasil começaram a se consolidar a partir da década de 60, dez anos após a chegada da televisão no país. Entre os fatores de seu desenvolvimento estão: a racionalização econômica do negócio televisivo; o reconhecimento da região sudeste como moderno e legítimo centro emissor para as demais regiões; a popularidade deste meio de comunicação que atendia o projeto de integração nacional do governo militar. Antes de discutir as consequências desse processo é preciso voltar no tempo.

A primeira exibição de televisão, em solo brasileiro, aconteceu em 18 de setembro de 1950, através da TV Tupi, em São Paulo, uma empresa do grupo de comunicação dos Diários Associados de Assis Chateaubriand^{cclxxxvii}. Segundo Simões, Chateaubriand teria contratado um minucioso levantamento mercadológico sobre o país, que desaconselhava o empreendimento. Os pesquisadores americanos, contratados para o trabalho, alertaram que a televisão, ainda incipiente nos Estados Unidos, era um negócio dispendioso demais para um mercado publicitário “acanhado”, de fins dos anos 40. Mas, homem de ímpetos, Assis Chateaubriand levou seu projeto adiante. Tanto que, para a estréia, foi necessário contrabandear cerca de 200 aparelhos de televisão, e espalhá-los pela cidade de São Paulo, pois não havia outro modo de garantir audiência desta primeira emissão^{cclxxxviii}.

Este episódio demonstra que a implantação da televisão brasileira aconteceu mais por insistência, do que racionalidade empresarial. Essa inovação tecnológica chega ao país com a intenção de afirmar um novo padrão de

desenvolvimento capitalista, iniciado por Getúlio Vargas, e que se prolongaria com o Programa de Metas de Juscelino Kubitscheck, o qual estabelecia novas prioridades. O automóvel, junto com o aparelho de televisão, seria o índice mais claro da modernidade^{ccxxxix}. Entretanto, inserir o Brasil em uma sociedade de consumo era muito mais desejo do que realidade possível, pois a economia era essencialmente rural. O censo do mesmo ano, sobre o perfil de distribuição da população, demonstrava que mais da metade desta ainda vivia no campo^{ccxc}.

Em 1956, o grupo de Assis Chateaubriand contava com seis emissoras em seis cidades: São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Curitiba e Recife. Porém, cada emissora produzia localmente e exibia sua própria programação, não se configurando uma rede. Ainda durante a década de 1950, outros grupos de televisão iriam se consolidar. Em São Paulo, a TV Record, implantada em 1953, e a TV Excelsior, em 1959; no Rio, a TV Rio em 1955^{ccxci}. A TV Rio, da família Amaral estabeleceu uma espécie de rede, através de sinal de altíssima frequência, chamado microondas, com a Record de São Paulo, da família Machado Carvalho, e transmitia seu telejornal diariamente às 20h, em fins da década de 50.

Até 1960, quando chega o *vídeo-tape*, toda a transmissão era forçosamente local, cobrindo um raio de aproximadamente 100km da emissora. O *vídeo-tape* significou, para a história da televisão, uma grande revolução, pois foi a partir dele que a programação pôde ser gravada e exibida em outros horários, ou mesmo em outras emissoras. O que se entende hoje por edição, como a linguagem de montagem com cortes e transições, surgiu com o *vídeo-tape*.

Outro acontecimento importante para a história televisiva foi a criação da Embratel, em 1965, com a posterior implantação das linhas de transmissão, que iriam integrar o país, de norte a sul, estimulando o surgimento das redes. E a adesão brasileira, neste mesmo ano, ao sistema internacional de satélites (INTELSAT). Em 1969, o Brasil faria sua primeira transmissão via satélite, direto de Roma, mas só em 1985 seria lançado o primeiro satélite doméstico do país, o BRASILSAT^{ccxcii}.

Somente em 1965 surgia a TV Globo. Conforme Maria Rita Kehl, nos primeiros seis meses, a performance em nada distinguiu a TV Globo das emissoras tradicionais. Contudo, em 1966 ocorreu uma mudança administrativa, que seria marcante para o futuro do negócio de comunicação: a direção da emissora passava a ser comandada por homens de publicidade, contrapondo-se aos profissionais do meio artístico e jornalístico, como era comum nas empresas televisivas da época. Contudo, só com a aquisição da TV Paulista, naquele mesmo ano, e com a instalação de uma geradora em Belo Horizonte, em 1968, é que a Globo dá o passo em direção à rede. Oficialmente a primeira rede nacional de televisão é estabelecida em 1º de setembro de 1969, com a exibição do *Jornal Nacional*^{ccxciii}.

As décadas de 60 e 70 vão ser de reorganização do mercado televisivo, com adesão das emissoras regionais às redes, montadas a partir do sudeste. Nos anos 70, o grupo de Emissoras Associadas (Tupi) detinham 12 emissoras entre próprias e afiliadas, mas não conseguiam estruturar uma rede por divergências internas. Para entender o fato, é preciso esclarecer que, em 1962, Assis Chateaubriand, pensando em garantir a continuidade de seu império após sua morte, criou um condomínio, através do qual dividiu suas 58 empresas entre 12 dos seus fiéis colaboradores. O resultado foi desastroso: o conjunto de emissoras fica sob o comando de duas direções, Edmundo Monteiro e João Calmon^{ccxciv}. A crise se prolonga por toda a década de 70 e, em 16 de julho de 1980, prestes a completar 30 anos, a TV Tupi São Paulo foi declarada extinta pelo governo, junto com mais seis das nove emissoras da rede^{ccxcv}.

Outra empresa de comunicação, a Record, alcançou a década de 70 com certa estabilidade. Ela operava uma rede de três emissoras, da capital para o interior de São Paulo. Os musicais levaram a emissora ao auge. Em fins de 50, passaram pelos seus programas artistas como Louis Armstrong, Sammy Davis Jr e Charles Aznavour, e em fins de 60 fizeram sucesso os grandes Festivais da MPB^{ccxcvi}. Porém, na década de 70 vários problemas afetaram a Record, entre eles incêndios e acúmulo de dívidas, em um mercado que se tornava cada dia mais competitivo, exigindo altos investimentos. A Record perdeu várias afiliadas e o controle acionário para Sílvio Santos, e só voltaria à cena com força na década de 90, com sua aquisição pelo grupo do Bispo Edir Macedo, da Igreja Universal do Reino de Deus.

É difícil resumir a história do SBT: ela começa antes mesmo do empresário Sílvio Santos obter parte das concessões da extinta Tupi. A estréia de Sílvio Santos foi como apresentador, ainda em 1963, na TV Paulista. Em 1969, seu programa chega ao Rio pela Rede Globo. Na década seguinte, em 1976, o apresentador conquistava seu próprio canal, a TVS – TV *Studios*, no Rio de Janeiro (no canal da extinta TV Continental), transmitindo seu consagrado programa de auditório simultaneamente para São Paulo, pela Record. Sílvio Santos deteve o controle acionário da Record até 1989, porém, paralelamente, erigia sua própria rede. Finalmente, em 1981, consegue novas concessões, e cria o Sistema Brasileiro de Televisão. E em julho de 1980, o governo abre nove concessões, sete canais, da extinta Rede Tupi, e mais dois, que estavam abandonados. Sílvio Santos obtém cinco outorgas. A utilização do termo “sistema” não foi aleatória: diferentemente das redes nacionais, que impunham a exibição integral da programação nacional, exigindo por isso um percentual da comercialização, o SBT montou uma central de produção em São Paulo e vendia pacotes de programas. As emissoras coligadas compravam o que lhes interessava^{ccxcvii}.

A TV Bandeirantes de São Paulo foi inaugurada em 13/05/1967, depois de grande pesquisa no exterior, pelo empresário de Rádio, João Jorge Saad. A Bandeirantes foi baseada no modelo da *BBC* de Londres, e trouxe algumas

novidades, como os programas jornalísticos realizados em parceria com outros órgãos de imprensa, entre eles, *Crítica e Autocrítica* com o Jornal *Gazeta Mercantil*, e o programa *Nova Mulher*, co-produzido com a equipe da revista *Nova*, da *Abril Cultural*^{ccxcviii}. Um incêndio, em 1969, destruiu grande parte dos equipamentos e estúdios. A emissora se viu obrigada a cancelar a produção de muitos programas próprios, e exibir enlatados comprados no mercado externo. Em 1975 o grupo adquire a TV Vila Rica em Belo Horizonte, e em 1977, com a inauguração da TV Guanabara, no Rio de Janeiro, forma a rede nacional.

Adolpho Bloch criou a TV Manchete quando obteve a concessão de um canal vago da extinta TV Tupi, em 1981. Em 1983, com investimento de 50 milhões de dólares, era inaugurado o canal 6 no Rio de Janeiro, simultaneamente às outras emissoras de São Paulo, Belo Horizonte e a afiliada de Porto Alegre. A Rede Manchete tinha como slogan “a televisão do ano 2000”, e buscava elitizar e ao mesmo tempo nacionalizar os temas de seus programas. Embora tenha tido grandes momentos de liderança, como com a novela *Pantanal*, o Grupo Bloch entrou em profunda crise. Em 1997 a TV Manchete é vendida ao Grupo TeleTV. E em 1999, vai dar lugar à Rede TV!, sem nunca ter alcançado os anos 2000.

Como vimos, de 1950 a 1980, o mercado de Televisão no Brasil passou por uma grande reorganização. Muitas emissoras não alcançaram a década de 70, marcada pela introdução de novas tecnologias como o *vídeo-tape*, a transmissão em cores e os satélites. A TV Rio, a TV Paulista ficaram para traz sem conhecer o sistema de redes. A TV Excelsior, do grupo Simonsen montou a emissora de Brasília para a Tupi, e entrou no negócio, em 1970, com uma visão de racionalização do negócio e projeto de rede. Foi a primeira aplicar a racionalidade sobre o tempo na programação televisiva. A Excelsior introduziu também os conceitos de horizontalidade e verticalidade. Uma programação horizontal é planejada dentro de uma mesma faixa horária, a fim de conquistar um determinado segmento de público com programas variados. A verticalidade por sua vez, usa o tempo para atrair diferentes faixas de público, ao longo do dia. Em termos comerciais ela trouxe outra novidade: patrocínio e a venda de comerciais. Até aquele momento, era comum que agências de propaganda assumissem a produção de programas inteiros. A TV Excelsior estimulou os temas nacionais em vários programas. Um grande sucesso sobre a cultura brasileira foi apresentado por Bibi Ferreira, e ficou no ar por vários anos: “Brasil 61”, “Brasil 62” e assim por diante. Contudo como salienta Ortiz, o grupo Simonsen “não percebeu que o nacionalismo do momento lhes seria adverso”^{ccxcix}. O apoio ao governo Goulart iria custar ao grupo Simonsen uma intervenção Federal na *Panair*, e a cassação da concessão do Porto de Paranaguá. Estas eram as principais fontes de receita do grupo e essenciais, naquele momento, para levar adiante o negócio de Televisão.

As décadas de 1970 e 1980 vão destacar a Rede Globo como líder absoluta num predomínio que dura até os dias de hoje. Como já vimos, é um

período que marca a entrada e saída de cena de novos agentes. Os acontecimentos no cenário nacional vão ter reflexos em âmbito regional, principalmente a partir da década de 80, quando as redes já definiram seus parceiros regionais.

Em Santa Catarina, o predomínio da transmissão de conteúdo local/regional ocorreu entre 1969 até início da década de 1980. Neste período foi implantada a primeira emissora do Estado, a TV Coligadas (Blumenau). No fim da década de 70 chegava, em Florianópolis, a RBS (Rede Brasil Sul), como afiliada exclusiva da Rede Globo. A emissora trouxe um modelo de redes regionais de televisão implantado, previamente, no Rio Grande do Sul, e uma administração profissional para o negócio no Estado. Durante este período foi criada a rede de microondas (1967), o Tronco Sul da Embratel, através da qual a programação era transmitida na madrugada anterior à exibição. Apenas alguns programas do horário nobre eram transmitidos, ao vivo, direto do Rio de Janeiro ou São Paulo. Só mais tarde seria criado um sistema de satélite, permitindo a transmissão em *real time*. O termo é utilizado para designar a exibição da programação em tempo real, ou seja, exibido simultaneamente para todo o país, no momento em que está sendo gerado, pela matriz (cabeça-de-rede), de acordo com o horário de Brasília. Antes do Tronco Sul, a programação era enviada por fitas, que chegavam a Florianópolis via transporte rodoviário.

Na década de 70, a cobertura do Estado estava dividida entre TV Cultura e TV Coligadas. A Cultura transmitia o sinal da TV Tupi para Florianópolis. A Coligadas transmitia, a partir de Blumenau, a programação da Rede Globo para cerca de dois terços do Estado, inclusive Florianópolis. Até o início dos anos 80 os habitantes do Oeste catarinense, eram alcançados pelos sinais de emissoras de outros estados: TV Erechim do Rio Grande do Sul, TV Tarobá do Paraná, e até da Argentina, com a TV Posadas. A região Norte recebia diretamente o sinal da TV Coligadas e, através de retransmissores, os canais 4, 6 e 12 de Curitiba^{ccc}.

A TV Cultura de Florianópolis foi implantada, em 1970, com apoio técnico da TV Tupi; em troca, se comprometeu em exibir a programação desta, mas as dificuldades eram muitas. As fitas, enviadas por transporte rodoviário, chegavam com muito atraso. No verão era pior, chegavam danificadas pelo calor^{ccci}. A década de 1980 foi bastante conturbada para a primeira concessionária de televisão de Florianópolis. Com a extinção da Tupi, a TV Cultura vai exibir a TVS (TV *Studios*) de Sílvio Santos, a Rede Bandeirantes e, mais tarde, se afilia à OM (Organizações Martinez/Paraná, uma rede que entra em operação em 1992) por um breve espaço de tempo. A emissora será vendida várias vezes, até ser incorporada pela Rede Record, do bispo Edir Macedo da Igreja Universal, no início de 1990.

Só com a chegada da RBS (Rede Brasil Sul), a capital catarinense passa a receber, diretamente, o sinal da Globo, principal rede nacional. A falta de qualidade do sinal da TV Coligadas, em Florianópolis, teria sido uma dos argumentos da rede para repassar o direito de transmissão para o concorrente do

estado vizinho. A RBS, empresa gaúcha, conquista a confiança do público de duas formas. Por um lado a alta qualidade do sinal da Rede Globo, por outro, o investimento em uma programação fortemente regional. É a primeira vez que Santa Catarina tem programas jornalísticos voltados à integração estadual. A Rede Regional de Notícias, um telejornal ligando as regiões catarinenses, novidade criada pela RBS, logo foi viabilizada pela aquisição das emissoras da RBS, em Joinville (1979), em Blumenau (1980) e Chapecó (1982). A TV Catarinense de Florianópolis foi obtida por outorga própria; todas as demais foram adquiridas em acordos comerciais, inclusive a TV Coligadas, de Blumenau.

A chegada da Rede Bandeirantes a Santa Catarina acontece também em 1979, através do grupo Diomício Freitas, um empresário do sul do estado, que cria a TV Eldorado, em Criciúma. A rede cresce com a aquisição, em 1982, da TV Cultura de Florianópolis, e em 1986 com a TV Vale do Itajaí, em Itajaí, formando a Rede Cultura Eldorado^{ccci}.

A TVS (TV Studios) chega ao estado em 1980, através da TV Planalto, de Roberto Amaral e do grupo Brandalise-Bonato, que transmitia de Lages. Em 1982, o grupo Brandalise-Bonato passa a controlar também a TV Barriga Verde, instalada em Florianópolis. A emissora pertencia à família Petrelli, proprietária também da TV Cultura, em Florianópolis e da TV Cultura, canal 12 de Chapecó^{cccii}. Mesmo depois da transferência, a Barriga Verde mantém o projeto de produção local, paralelamente à exibição da programação da TVS. De acordo com Mattos, a TV Barriga Verde foi a emissora mais ativa na produção regional, mesmo depois que passou a exibir a programação da TVS^{ccciv}. Em abril de 1985, os controladores da TV Barriga Verde romperam o contrato com Sílvio Santos, optando pela Rede Manchete. Em 1993 ocorre nova mudança, com a dissolução do acordo com a Manchete, por falta de pagamento, e a emissora opta pela Rede Bandeirantes. A Rede paulista havia perdido sua afiliada no Estado, para a OM(Grupo Martinez/PR)^{cccv}.

Entre 1950 e 1980, poucos estudos se dedicam à história das emissoras propriamente dita, alguns passam por elas em busca de outros objetos de pesquisa. A década de 1980 parece revelar maior interesse dos estudiosos pelo tema, assim como uma busca por entender a Televisão, sob duas perspectivas majoritárias: a da ideologia de integração do governo militar e da indústria cultural. As duas obras foram escolhidas porque representam estas duas correntes e também porque, seu alto grau de detalhamento, fizeram delas uma referência para muitos trabalhos posteriores^{cccv}.

Em 1986 é lançado *Um País No Ar – A História da TV Brasileira em 3 Canais*^{cccvi}. Abrange três pesquisas: Rede Globo por Maria Rita Kehl, TV Rio e TV Excelsior por Alcir Henrique da Costa, e a Tupi por Inimá Simões. Os três colheram vários depoimentos, e consultaram documentos da Escola Superior de Guerra, o que faz desta publicação uma das mais completas sobre o assunto. O

trabalho revela a dimensão ideológica do desenvolvimento da televisão no Brasil, avançando para a formação das redes, bem como revelando as razões para o fracasso da TV Excelsior, TV Rio e TV Tupi. Essa análise, contudo, dá demasiada importância para os interesses políticos, obscurecendo a questão econômica e cultural. É nesta perspectiva que surge a principal tese do livro: a estreita relação entre o modelo de redes nacionais, com o projeto de Política de Integração Nacional. De acordo com os autores, o governo teria percebido o poder de atração da televisão sobre a população, especialmente as novelas, passando a usar o meio para influenciar opinião pública, de norte a sul do país. O As redes nacionais e a Embratel eram, então, estratégicas para este objetivo. As redes, na construção de uma identidade nacional, e a Embratel, criada em 1965, para viabilizar a transmissão de sinal. Maria Rita Kehl registra o depoimento do jornalista Gabriel Romeiro, sobre a relação entre os investimentos do governo militar e o temor de que, as populações fronteiriças fossem influenciadas por comunicações de outros países^{cccviii}. Mais além, a autora relaciona a coincidência entre o estilo progressista do empresário Roberto Marinho e do novo governo.

Os estudos dos dois outros pesquisadores corroboram a tese mencionada, demonstrando que os empresários recebiam tratamento diferenciado, por parte do governo. Enquanto a TV Excelsior foi cassada em 1969, como consequência do apoio ao governo de João Goulart, e à TV Tupi não foi concedido o direito de refinanciar suas dívidas, a TV Globo nunca foi punida. A emissora do Jardim Botânico manteve um acordo com o Grupo *Time-Life*, que injetou 5 milhões de dólares, além de repasse de *know-how*. Naquela época, a Constituição brasileira vetava a participação estrangeira em empresas de comunicação. O acordo inconstitucional resultou em uma CPI no Congresso Nacional, entre 1966 e 1969, mas não gerou nenhuma punição. A comparação entre os estilos de liderança, de Roberto Marinho e Assis Chateaubriand, é usada para salientar que Marinho atendia às exigências do perfil de empresário alinhado com interesses desenvolvimentistas. Ao contrário de Assis Chateaubriand, que era visto como “personalista, trambiqueiro e empirista em seus empreendimentos”^{cccix}.

Outro aspecto, neste livro, é significativo. As influências econômicas são apresentadas, como resultado de interesses políticos. Por exemplo, a fim de criar um ambiente favorável ao nascimento de redes nacionais de televisão, o consumo foi estimulado, através de crédito direto ao consumidor. A compra de aparelhos vinha crescendo desde 1963, a uma taxa de 10% ao ano. A oferta de linhas de crédito, exclusivas, abertas pelo governo, teria sido de acordo com os autores, um fator deste crescimento. Em 1969 o número de aparelhos já alcançava a cifra de 4.366.000 e as linhas exclusivas foram cortadas.

Por este crivo político passa também a contribuição da Embratel. A atuação da empresa não é entendida, pelos autores, como resultado de uma demanda, que era pressionada por hábitos de consumo modernos. A infraestrutura de redes que interligou o Brasil, através de 18 mil quilômetros de

enlaces de microondas, instalados em apenas quatro anos, de 1965 a 1969, teria sido motivada pelo controle da opinião pública, como já foi citado^{cccx}. Mais adiante, esta visão será confrontada com o estudo de César Bolaño.

No fim da década de 60, o predomínio da televisão sobre os outros meios de comunicação era absoluto. A fórmula das emissoras se baseava no tripé: novelas, enlatados americanos e shows de auditório. Os dados do Grupo de Mídia, em 1968, são reveladores, do total de investimentos feitos em publicidade no país a TV fica com 44,5%, contra 24,7%, registrados em 1962^{cccxi}. A publicidade reflete a penetração conquistada por este meio, frente aos demais, ao longo dos anos 60. A evolução da televisão, como meio de massa, pode ser aferida com os dados relativos ao número de aparelhos de televisão. Dois autores confirmam estas informações, Mattos e Ortiz^{cccxi} observam que em 1970 eram aproximadamente 4,5 milhões de aparelhos o que significa, de acordo com Ortiz, um percentual de 56% da população brasileira.

Mais adiante, a racionalização do negócio televisivo, com a centralização da produção e programação unificada, será apresentada como única possibilidade de sustentação para as pequenas emissoras, espalhadas por todo país. Pela primeira vez, os autores estabelecem a relação entre o mercado publicitário e a formação das redes nacionais de televisão. O depoimento de Homero Icaza Sanchez, ex-diretor do Departamento de Análises e Pesquisas da Globo, confirma que a rede só existe porque é um jeito econômico de fazer TV: “sem uma rede nacional, não se pode cobrar por um minuto de comercial o que se cobra”^{ccciii}.

É neste aspecto que o livro de Kehl, Simões e Costa se aproxima do estudo de César Bolaño, lançado em 1988, e intitulado *Mercado Brasileiro de Televisão*^{ccciv}. Enquanto os três usam os dados sobre o mercado publicitário para demonstrar os resultados positivos do plano do governo militar, Bolaño faz um caminho inverso. Ele avalia o desenvolvimento das redes de televisão a partir do mercado, buscando revelar as condições favoráveis, sob o ponto de vista da conjuntura econômica do país. César Bolaño realiza um extenso trabalho de pesquisa sobre as redes de televisão, desde a sua criação até meados dos anos 80. A importância deste levantamento está em relacionar os diferentes estágios econômicos em que se dá o processo de estruturação do modelo em rede. De acordo com Bolaño: “ao final dos anos 60, todos os elementos para o desenvolvimento de uma verdadeira Indústria Cultural, com a televisão como centro dinâmico, estão dados”^{cccv}. O autor enumera quatro itens: um moderno sistema de comercialização televisiva; um setor publicitário forte, que tinha na televisão sua mídia básica; um mercado consumidor que favorecia os estratos de mais alta renda; e um sistema de telecomunicações que permitia, através das redes nacionais de televisão, a integração do mercado nacional. Para Bolaño, quando surgiram as condições técnicas para a unificação, o negócio de televisão já chamava a atenção de grandes investidores. O surgimento das redes, segundo

o autor, não se deu a partir de 1960, somente pela inexistência do *video-tape*, e da infra-estrutura criada pela Embratel. O fato se deve, principalmente, porque a fase inicial de implantação da televisão brasileira foi caracterizada pelo baixo volume de investimentos. Conforme Potsch, citado por Bolaño: “o negócio de televisão devido às suas características nascentes – mercado limitado e baixa taxa de lucro – não tinha capacidade de atrair grandes capitais”^{cccxvi}. O quadro vai ser alterado, significativamente, ao longo das duas décadas. Ao contrário dos antigos rivais, com os quais a Tupi estava acostumada, os novos concorrentes tinham melhores condições de competir, em um cenário que exigia muito mais capacidade de investimento. Por isso, conseguiram derrubar facilmente as frágeis barreiras de entrada, impostas pela pioneira. Por trás desta idéia, está o “Padrão Globo de Qualidade” que, na visão de Bolaño, cumpre a tarefa de criar fortes barreiras de entrada às concorrentes.

Ao responsabilizar o governo militar, tanto no processo de formação das redes, quanto no fracasso de algumas emissoras, perde-se de vista a complexidade de inter-relações político-econômicas. A tese da integração nacional, pela televisão, é pertinente e discutida até os dias de hoje. Porém, exige ser considerada em ressonância com a estruturação de uma indústria de bens culturais, de caráter internacional. Esta é, em si, um agente forte e independente das estruturas políticas locais. Não é o objetivo deste trabalho aprofundar a questão, mas é importante ressaltar que houve um movimento mundial de expansão da industrialização e do consumo que se intensificou no pós-guerra.

No tocante à administração das empresas, o exagerado enfoque do estilo pessoal dos proprietários dos veículos esconde outros dados pertinentes e esclarecedores. Mesmo que, se pudesse considerar improvisações, de uma atividade completamente nova, o Brasil já convivia com empreendimentos fortes e, administrados de forma profissional. Renato Ortiz afirma que, na década de 20, Monteiro Lobato já buscava impulsionar o ramo das edições, aos moldes de uma organização com controles financeiros, e processos de produção racionalizados^{cccxvii}. O mesmo autor demonstra que em 1950, existiam 300 emissoras de rádio no Brasil. Neste contexto, é difícil imaginar que Assis Chateaubriand, o homem que levantou um império de mais de 58 empresa e comandava a revista *O Cruzeiro*, com tiragens de 550 mil exemplares e edição em espanhol, agisse apenas por impulso e oportunismo.

Neste sentido o trabalho de César Bolaño está mais fundamentado, e busca estabelecer relações políticas e econômicas, dentro de uma perspectiva histórica^{cccxviii}. Entretanto, na medida em que voluntariamente ele restringe seu estudo à Televisão, perde-se de vista que desde a década de 1950, mas de forma mais clara a partir de 1960, os grupos de comunicação interagiam entre o rádio, a imprensa escrita e o mercado de revistas. Não se pode desconsiderar que muitos dos primeiros empresários da televisão vinham do rádio, usando um veículo para apoiar outro. Os Diários Associados de Chateaubriand são um exemplo claro deste recurso gerencial. A propriedade cruzada não é um

fenômeno novo. Ela é uma consequência do processo de desenvolvimento da indústria da comunicação no Brasil, gerado pela concentração e convergência dos negócios^{cccix}. Esta questão, talvez pela urgência em esclarecer os aspectos, políticos e econômicos, imediatos, foi negligenciada nos dois trabalhos. A atitude pode ter como causa, a abertura política que se vislumbrava na década de 80. Esta gerou uma euforia entre os intelectuais em revelar aspectos da vida política e econômica brasileira que haviam sido sufocados durante o regime militar.

A partir do que foi analisado, parece que a história das redes de televisão no Brasil carece de estudos que abordem simultaneamente conexões econômicas, políticas, culturais e tecnológicas. Uma referência importante, nesta perspectiva, é o estudo de Raymond Williams, lançado ainda em 1975, no qual ele organiza a história do processo de desenvolvimento da televisão americana, avaliando as implicações sociais e tecnológicas das *networks*^{cccxx}. A televisão nos Estados Unidos surgiu na década de 20, mas só se consolidou a partir de 1937, com apoio da indústria eletrônica. O interesse em impulsionar a venda de equipamentos de captação de vídeo, bem como aparelhos de TV, levaram empresas como a RCA a investirem na produção de programação de emissoras de televisão. Nos Estados Unidos, ao contrário do que ocorreu no Brasil, optou-se pela competição no mercado de televisão, a fim de evitar o monopólio, especialmente na produção de conteúdo. Com este objetivo, em 1937, foi criado um órgão independente, com poderes de regulação, o FCC (*Federal Communication Commission*)^{cccxxi}.

Entretanto há outro aspecto desconsiderado nos estudos analisados para o qual não encontramos justificativas. A ausência das emissoras regionais na história de consolidação do sistema de redes nacionais. Quando apresentadas, elas surgem como se tivessem sido apenas coadjuvantes. Embora Bolaño revele que a corrida para o interior se deu por um impedimento legal, ele corrobora a idéia de resignação, quando afirma que restavam poucas alternativas. Para sobreviver, neste novo contexto, as pequenas emissoras só podiam aderir ao modelo. Ele ratifica a afirmação com o depoimento de Jaime Câmara Jr., presidente da TV Anhanguera de Goiânia, afiliada à Globo: “Para as emissoras situadas fora do eixo Rio/São Paulo, a opção empresarial de filiar-se a uma rede nacional é praticamente impositiva. Só ela é capaz de atender à demanda de programação de alto nível que acarretam custos impossíveis de serem suportados por um mercado isolado...”^{cccxxii}

Aí surge então, uma evidente contradição. Uma rede pressupõe um entrelaçamento, o que efetivamente acontece, quando surgem as condições técnicas para expansão das redes, o Código Brasileiro de Telecomunicações (Lei 4.117/1962), alterado pelo Decreto 236/1967, proíbe a posse de mais de cinco emissoras, em território nacional, por um mesmo grupo empresarial^{cccxxiii}. O

único caminho para o crescimento era o sistema de afiliadas, com parceiros regionais.

Além disso, localmente as emissoras atuaram em defesa dos interesses dos grupos nacionais. Isso se deu, tanto nos aspectos políticos, criando relações comerciais e institucionais com a esfera dos governos estaduais, quanto na ampliação das redes de transmissão pelo interior do país. Quem propiciou a interiorização da programação das redes, através de linhas de retransmissão? Cabe ressaltar que, o sinal da Embratel chegava apenas nos principais pontos de cada estado, cabendo a cada emissora, montar suas próprias torres dali para frente. O alto custo das antenas de retransmissão, exigia a co-participação das prefeituras e, conseqüentemente arranjos políticos delicados. A importância deste fato é observada por Milanese: “A TV torna-se símbolo máximo do progresso, tanto que os políticos candidatos a cargos eletivos incluem invariavelmente, em suas plataformas eleitorais, promessas relacionadas à recepção de imagens da TV em suas comunidades”^{cccxxiv}. As emissoras regionais atuaram no sentido de disciplinar um mercado anunciante incipiente. A RBS, afiliada Globo em Santa Catarina, promoveu palestras, ao longo das de 1980 e 1990, nas cidades onde tinha sede. O objetivo era influenciar o mercado anunciante local pelas idéias de empresários, homens de Marketing e Propaganda do centro do país^{cccxxv}.

E também na fidelização da audiência as emissoras regionais são ativas como mostra o depoimento do diretor de Marketing da RPC (Rede Paranaense de Comunicação), Dirceu Simabucuru;

Muitas vezes os anúncios veiculados durante o programa não o pagam, mas não é isso que interessa.

Para nós interessa manter a fidelidade do telespectador, que sabe que terá as informações de sua cidade na nossa emissora, e com qualidade^{cccxxvi}.

Na RBS, afiliada da Rede Globo em Santa Catarina e Rio Grande do Sul, a produção de programas regionais cumpre um papel importante. De acordo com o vice-presidente do grupo Afonso Mota, todos os programas produzidos localmente acompanham a qualidade da produção nacional e são patrocinados, mas este não é o aspecto mais importante. Para ele, o importante é a fidelização, criada pelo interesse do telespectador em ver programas locais na televisão^{cccxxvii}. Por fim, é oportuno destacar que a parceria com emissoras regionais propiciou o desenvolvimento de outros produtos. Duas grandes redes nacionais criaram canais de notícias 24 horas, de sinal codificado, com apoio de uma estrutura de afiliadas que cobre todo o país. O canal GloboNews foi lançado em 15 de outubro de 1996, enquanto o canal BandNews foi ao ar em 19 de março de 2001. A programação destes canais inclui cobertura jornalística e matérias produzidas pelas emissoras regionais vinculadas às referidas redes.

Pretendendo-se avançar neste estudo, seria pertinente analisar o modelo de redes, do ponto vista da dependência entre a cabeça de rede e suas afiliadas,

tanto no aspecto comercial, quanto institucional, sem esquecer das peculiaridades regionais que influenciam o quadro.

Para tanto, sugere-se um levantamento, cuidadoso, que avalie: a participação comercial das afiliadas, na receita das redes; a proporção da produção regional na programação nacional, bem como dados de audiência, que revelem preferências culturais. Essas análises podem evidenciar onde se encontram os interesses comuns, e onde o regional e nacional ganham distanciamento.

Notas

- celxxxiii COSTA, A. H. da; SIMÕES, I.; KEHL, Maria Rita. Um País no Ar – História da Televisão Brasileira em 3 Canais. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.
- celxxxiv BOLAÑO, César. Mercado Brasileiro de Televisão. Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, PROEX/CECAC/Programa Editorial, 1988.
- celxxxv Ibid.
- celxxxvi Ibid..
- celxxxvii COSTA, op. cit., p.33.
- celxxxviii REIMÃO, Sandra. Em instantes: notas sobre a programação na TV brasileira (1965-1995). In: A chegada do Videotape - São Paulo: Faculdades Salesianas e Cabral Editora Universitária, 1997. p. 20.
- celxxxix COSTA, op. cit., p.15.
- cexc O censo de 1950 revela que o Brasil possuía 51.944.400 habitantes, destes 63,8% viviam na zona rural, restando aos centros urbanos 20 milhões. COSTA, op. cit, p.23.
- cxeci XAVIER, Ricardo e SACHI, Rogério. Almanaque da TV – 50 anos de memória e informação. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2000. p. 231-240.
- cxecii XAVIER, op. cit., p. 280.
- cxeciii COSTA, op. cit., p. 173.
- cxeciv Ibid., p. 76.
- cxecv XAVIER, op. cit., p. 230.
- cxecvi Ibid., p. 231.
- cxecvii Ibid., p. 248.
- cxecviii BOLAÑO, op. cit., p.127.
- cxecix ORTIZ, Renato. Moderna Tradição Brasileira. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2001, p. 136,137..
- ccc PEREIRA, Moacir. Imprensa&Poder – A comunicação em Santa Catarina. Florianópolis: Lunardelli: FCC Edições, c1992, p. 139.
- ccci CRUZ, Dulce. Televisão e Negócio – A RBS em Santa Catarina . Florianópolis: Ed. Da UFSC, 1996, p.58.
- cccii PEREIRA, op. cit., p.147.
- ccciii Ibid., p. 145,154.
- ccciv MATTOS, Sérgio Ferreira de. TV Barriga Verde de Florianópolis: estudo de caso no período 1984/87. Dissertação de Mestrado ECA/USP, 1992, p.24-31.
- cccv Segundo depoimento de Herivelto L. VR. Gelle, gerente de Programação da TV Barriga Verde, obtido pelo pesquisador em 12/12/2004.
- cccvi As duas obras são: BOLAÑO, César. Mercado Brasileiro de Televisão. Aracaju: Universidade Federal de Sergipe, PROEX/CECAC/Programa Editorial, 1988; e COSTA, A. H. da; SIMÕES, I.; KEHL, Maria Rita. Um País no Ar – História da Televisão Brasileira em 3 Canais. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.

-
- cccvii COSTA, loc. cit.
- cccviii Ibid., p. 179.
- cccix Ibid., p. 181.
- cccix Ibid., p. 88.
- cccxi COSTA, op. cit., p. 86.
- cccxi ORTIZ, op. cit., p. 131; MATTOS, op.cit., p.83.
- cccxiiii Ibid., p. 190.
- cccxiv BOLAÑO, op. cit.
- cccxi Ibid., p. 101.
- cccxi POTSCH, apud BOLAÑO, op.cit., p. 78.
- cccxvii ORTIZ, Renato. Moderna Tradição Brasileira. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2001, p. 43.
- cccxviii BOLAÑO, op. cit.
- cccxiix LIMA, Venício A. de Lima. In: Existe concentração na mídia brasileira? Sim. Disponível em : <<http://www.tever.org/responsabilidadesocial>>. Acesso em: 13 aug. 2003.
- cccxxx WILLIAMS, Raymond. Televisão – Technology and Cultural Form .London:Routledge, 1 ed.,1975. p. 35.
- cccxxi Ibid., p. 37.
- cccxxii BOLAÑO. Op. Cit., p. 109.
- cccxxiii CAPPARELLI, Sérgio e LIMA, Venício A de. Comunicação e Televisão- desafios da Pós-Globalização. São Paulo: Hacker, 2004, p.68,151.
- cccxxiv MILANESE, 1978, apud Costa, op. Cit., p.79.
- cccxxv Entrevista concedida ao pesquisador por Claro Gilberto, Diretor de eventos do Grupo RBS, em 24/03/2005.
- cccxxvi ZANATTA, Carlos Eduardo. In: Presença Nacional e conteúdo Regional. Revista Tela Viva, Janeiro/fevereiro, n.146.Disponível em:
<http://www.telaviva.com.br/telaviva/revista/146/especial4.htm>. Acesso em 02 maio 2005.
- cccxxvii ZANATTA, Carlos Eduardo. In: Presença Nacional e conteúdo Regional. Revista Tela Viva, Janeiro/fevereiro, n.146.Disponível em:
<http://www.telaviva.com.br/telaviva/revista/146/especial4.htm>. Acesso em 02 maio 2005.