

3. A caixa de ver longe: nasce a televisão

Segundo o *Almanaque da TV*, do roteirista Ricardo Xavier (2000), a palavra televisão foi inventada em 1900, pelo francês Constantin Perskyi. Vem da junção das palavras *tele* (“longe”, em grego) e *videre* (“ver”, em latim). Perskyi foi o autor de uma tese apresentada no Congresso Internacional de Eletricidade, em Paris, na qual descrevia um equipamento baseado nas propriedades fotocondutoras do selênio, que seria capaz de transmitir imagens à distância. Em 1947, a sigla TV e o termo tevê começaram a ser usados para abreviar a palavra televisão (Xavier, 2000, p. 11).

Neste capítulo, vamos aprofundar nosso estudo sobre a capacidade técnica da televisão e as transformações provocadas nas sociedades com o novo invento, destacando os fatos mais marcantes da história das comunicações em massa no Brasil. Retomaremos a programação inicial da televisão brasileira, a mão de obra e a trajetória desse veículo que surgiu como uma novidade e evoluiu para uma grande indústria.

Em suas pesquisas, Augusto Benchimol se debruça sobre a história das telecomunicações e ordena as descobertas no tempo. De acordo com o autor, desde 1876, ano em que Bell inventou o telefone, provando que sinais complexos podiam ser transmitidos eletricamente através de linhas físicas, começaram também as tentativas de envio de imagens à distância (Benchimol, 1995, p. 91). Cientistas alemães, russos, suecos e ingleses passaram a pesquisar a transmissão de sinais elétricos à distância, contribuindo para apressar os estudos.

Quase cinquenta anos mais tarde, em 1923, o russo Wladimir Kwoykin patenteava, nos Estados Unidos, o iconoscópio – o primeiro tubo de transmissão eletrônica de imagens. Nascia, para os americanos, a televisão. Para os ingleses, porém, o inventor é John Logie Baird, enquanto, para os franceses, o “pai da televisão” é René Barthélemy.³

Independentemente de sua “paternidade”, a televisão assume importância em comparação aos demais veículos de comunicação já existentes. Muniz Sodré escreve sobre o impacto causado pelo novo invento: “A TV contém virtualmente

³ Leão, Sinval de Itacarambi. Do veículo elitista a meio de massa. *Revista Imprensa*, 2000, p. 32

todas as funções preenchidas pelos veículos precedentes e abrange um vasto número de possibilidades de expressão audiovisual” (Sodré, 1984, p. 28).

O primeiro país do mundo a oferecer um serviço de televisão pública foi a Alemanha, em 22 de março de 1935. A Inglaterra também se considera pioneira, ao criar a BBC, em 2 de novembro de 1936 (Xavier, 2000, p. 20). Os Estados Unidos rapidamente entenderam e absorveram essa nova mídia. A emissora NBC estreou em 30 de abril de 1939 e seria a primeira televisão comercial do mundo. Uma nova fase se iniciava no dia 1 de julho de 1941, com anunciantes e patrocinadores sustentando a programação.

Segundo Xavier, no dia em que o brasileiro sintonizou a TV pela primeira vez havia estações funcionando na Inglaterra, Estados Unidos, França, União Soviética e México. De acordo com a cronologia estabelecida pelo autor, a TV Tupi não foi a primeira emissora da América Latina, ao contrário do que muitos poderiam pensar, pois ela havia entrado no ar 18 dias depois da TV mexicana, cuja inauguração oficial está documentada.

De certa forma, pode-se dizer que o Brasil foi o quinto país do mundo a ter um serviço diário de televisão aberta – isso se desconsiderarmos a Alemanha, pioneira da televisão em 1935 que interrompeu suas transmissões após a Segunda Guerra Mundial e reativou o serviço em 1952, já com o país dividido entre Alemanha Ocidental e Alemanha Oriental, e a União Soviética cuja TV já funcionava em 1936, mas saiu do ar durante a guerra, sendo reativada duas vezes por semana, em 1954, finalmente passando a operar diariamente em 1951 (Xavier, 2000, p. 20).

As primeiras experiências com a televisão no Brasil haviam começado bem antes. Desde 1933 elas vinham sendo realizadas, por Edgar Roquette Pinto. No prédio da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, na Rua da Carioca, o professor montou um motor com dois eixos: num deles ficava o aparelho de transmissão, no outro, o de recepção. Entre os eixos havia dois discos, cada um com uma estrela no centro. Girando em sincronismo, as estrelas se “espehavam”.

A primeira demonstração pública de televisão na América Latina aconteceu em 2 de junho de 1939. A imprensa foi convidada a participar da experiência, no pavilhão de entrada da Feira de Amostras do Rio de Janeiro, instalada no então Calabouço, nas proximidades do Aeroporto Santos Dumont.

No dia seguinte, o presidente Getúlio Vargas participou da inauguração do evento e presenciou a transmissão de cenas de estúdio com artistas do rádio. A

exibição, em circuito fechado, foi possível graças a técnicos alemães, que desde 1934 vinham fazendo demonstrações em vários países.

Como qualquer veículo novo, a televisão seguia em fase de testes e adaptações. Diversos ensaios foram feitos em São Paulo, pouco antes da inauguração oficial da TV brasileira, tendo como apresentadores Homero Silva e Walter Forster. No dia 4 de julho de 1950, o frei José Francisco de Guadalupe cantou boleros por uma hora numa transmissão experimental em circuito fechado, no Auditório do MASP. As imagens foram recebidas por poucos aparelhos instalados no saguão da sede dos Diários Associados. Mas a existência de outro monitor, na praça D. José Gaspar, fez a multidão vibrar (Xavier, 2000, p. 29).

Na época do nascimento da TV, a população brasileira não havia atingido a marca dos 50 milhões de habitantes.

Dois terços dos brasileiros viviam no campo e a industrialização era uma palavra recente no vocabulário do país. O novo veículo de comunicação que chegava a esse Brasil rural e subdesenvolvido não estava consolidado ainda nem nos Estados Unidos, onde a economia era bastante mais sólida e havia uma indústria cinematográfica para produzir filmes e abastecer a televisão (Maciel, 1993, p. 21).

Quando ainda nem se fabricavam aparelhos de televisão no Brasil, não existia um público cativo e ninguém fazia a menor ideia de como produzir um programa televisivo, essa novidade já existia. Pelo menos na cabeça de um brasileiro, antes mesmo de se tornar uma realidade no país, essa tecnologia já existia. O jornalista, fazendeiro, advogado e empresário Assis Chateaubriand Bandeira de Melo, dono dos Diários e Emissoras Associados, viu realizado seu antigo sonho no dia 18 de setembro de 1950, ao acionar as chaves que colocaram no ar a TV Tupi-Difusora, em São Paulo. Para a experiência, foram instalados televisores na Praça da República e em outros pontos estratégicos da cidade de São Paulo, já que, na época, eram raríssimos os proprietários de aparelhos domésticos.

Às 16 horas o bispo auxiliar de São Paulo, dom Rolim Loureiro, abençoou os estúdios e benzeu as câmeras. Chateaubriand fez seu discurso. (...) A solenidade terminou às 18 horas, com a promessa de um grande show inaugural às 21h, chamado 'TV na Taba'. Uma das três câmeras quebrou e o técnico norte-americano Walter Obermiller quis adiar, mas a equipe optou por improvisar. Tendo Dermival Costa Lima na direção artística e Cassiano Gabus Mendes como seu assistente, o espetáculo começou com cerca de meia hora de atraso. [...] A atriz Yara Lins foi a primeira a aparecer na telinha, anunciando o prefixo da emissora: PRF -3-TV Difusora (Xavier, 2000, p. 30-31).

Conta a lenda que o incidente, que tirou de funcionamento uma das câmeras do estúdio, aconteceu depois que Chateaubriand, num ímpeto de formalizar a inauguração, teria quebrado sobre ela uma garrafa de champanhe. Se o feito foi comemorado dessa maneira ou não, somente as testemunhas da cena estariam aptas a relatar, elucidando de vez o caso como verdade ou oficializando-o entre os contos populares. Todavia, para a reflexão a que nos propomos, cabe a seguinte avaliação: o simples fato de existir esse relato, ainda que envolto numa atmosfera de mistério e certo folclore, ajuda-nos a compreender o ineditismo, o improvisado e o clima de *glamour* em meio aos quais a televisão brasileira nascia.

Quatro meses depois de São Paulo, a televisão chegava oficialmente ao Rio de Janeiro. Em 20 de janeiro de 1951, dia comemorativo de São Sebastião e da cidade, iniciaram as transmissões regulares da TV Tupi, que funcionava nas dependências da Rádio Tamoio. Nesse mesmo ano, os primeiros receptores de televisão brasileiros começavam a ser fabricados com a marca Invictus, de Bernardo Kocubej.

Durante toda a década de 50, a televisão conservou uma estrutura pouco compatível com a lógica do mercado. Enquanto ainda buscava seu público e anunciantes, a TV brasileira começava suas transmissões somente nos fins de tarde. O primeiro programa exibido em horário matutino acabou sendo cancelado meses após a estreia, por falta de audiência.

O prejuízo era grande. Havia pequenos investimentos publicitários e pouquíssimos aparelhos espalhados por São Paulo e Rio de Janeiro. O faturamento dos jornais e emissoras de rádio dos Diários Associados bancava o rombo da TV Tupi. Mas Assis Chateaubriand não desanimava. Sonhava com o dia em que a televisão pagaria o rombo dos jornais e das rádios.

Outras emissoras viriam a seguir. Em 27 de setembro de 1953, instalava-se a TV Record, de São Paulo; em 1955, a TV Rio. Entre 1960 e 1963, pelo menos vinte novas emissoras foram inauguradas.

Como escolhemos para objeto de estudo um produto telejornalístico produzido pela TV Globo, do Rio de Janeiro, abordaremos a criação da emissora. A ZYD-81 TV Globo do Rio de Janeiro entrou no ar às 10h45min do dia 26 de abril de 1965. O canal 4 emitiu como sinal de teste a música *Moon River*, de Henri Mancini. O diretor Rubens Amaral foi o primeiro a aparecer na tela. Vinte e um anos depois de inaugurar a Rádio Globo, coube a ele a missão de ler a mensagem

do proprietário da emissora, o empresário Roberto Marinho, dirigida aos telespectadores. “É com orgulho que entregamos à cidade do Rio de Janeiro a TV Globo”, disse após algum suspense. “Eis o canal 4. Vamos todos participar de seu começo”, convocou, já no fim do discurso. Era a “deixa” para a exibição de primeiro programa da emissora: o infantil *Uni-Duni-Tê*.⁴

Os principais destaques da primeira semana foram o noticiário *Teleglobo*, o programa *Câmera indiscreta*, o jornalístico *Se a cidade contasse*, os musicais *Dick Farney* e *Noite de estrelas*, o infantil *Capitão Furacão* e a série *22-2000 Cidade aberta*, com Jardel Filho (Xavier, 2000, p. 243).

Embora a TV Globo tenha sido formada somente em meados da década de sessenta, o pedido de concessão de um canal de TV havia sido encaminhado oficialmente pela Rádio Globo ao governo de Eurico Gaspar Dutra em janeiro de 1951. O jornalista Pedro Bial pesquisou os fatos subsequentes. Ele conta que o requerimento foi aprovado pelo governo no dia 13 de março de 1951, quando Getúlio Vargas já havia sido empossado. Dois anos depois, em janeiro de 1953, o presidente Vargas revogou a concessão da TV Globo. Seria Juscelino Kubitschek que devolveria ao empresário Roberto Marinho o direito de fazer uma televisão, em 1957. A segunda concessão, para um canal em Brasília, foi outorgada por João Goulart.

Todos os outros canais, que viriam a formar a Rede Globo, foram comprados mesmo, o Estado não deu mais nada. Esta informação é essencial para começarmos logo a investigar algumas “verdades absolutas” que o senso comum consagrou – entre elas a de que Roberto Marinho teria se fartado em benesses e facilidades durante a ditadura militar (Bial, 2004, p. 179).

No fim dos anos 50, o grupo *Time-Life*, uma editora de revistas dos Estados Unidos, planejava se aventurar no mercado da televisão. Seus administradores pensavam em internacionalizar os investimentos e se associar a empresas de comunicação de outros países. No Brasil, a euforia desenvolvimentista dos anos JK combinava com o espírito empreendedor, que encontrava em Roberto Marinho um de seus maiores exemplos.

Em carta enviada no dia 11 de junho de 1962 a Walter Moreira Salles, então ministro da Fazenda do governo João Goulart, o presidente do Conselho do grupo *Time-Life* mostrava que os contatos tinham evoluído. Pedro Bial revela que

⁴ Maior, Marcel Souto. Almanaque da TV Globo, 2006, p.20.

a direção do conglomerado americano informava estar ciente de que, de acordo com a Constituição brasileira, havia empecilhos para que eles expandissem seus negócios em televisão também aqui, como já haviam feito na Alemanha e no Líbano. Mas externavam o desejo de proporcionar a estações brasileiras a experiência e os conhecimentos adquiridos e de colaborar com o custo de instalação de estações mediante suprimentos em conta de participação nos lucros, sem participar, entretanto, da orientação intelectual ou administrativa das estações, como exigia a lei (Bial, 2004, p. 187).

Assim, Roberto Marinho encontrara mecanismos para se capitalizar no exterior, firmando também uma parceria técnica. O contrato com o grupo norte-americano *Time-Life* foi assinado em 1962, garantindo a parceria que durou sete anos e gerou polêmica (Xavier, 2000, p. 243).

Em 1966 foi instalada uma Comissão Parlamentar de Inquérito para averiguar a associação da Rede Globo com o grupo *Time-Life*. Segundo reportagem da Revista Imprensa (2000), as denúncias partiram do senador João Calmon, ligado à concorrência das Emissoras e Diários Associados (TV Tupi). Em março de 1967 o presidente da República Humberto de Alencar Castelo Branco e o procurador-geral da República consideraram a operação legal, arquivando o inquérito e declarando infundadas as acusações. O assunto voltaria à tona em setembro de 1968 quando, novamente sob pressão do senador João Calmon e também do governador do Estado da Guanabara, Carlos Lacerda, o presidente Arthur da Costa e Silva exige a nacionalização total da empresa. O grupo *Time-Life* retira-se em 1969.⁵ O fim da parceria com os americanos acabaria sendo convertido numa dívida para o empresário Roberto Marinho, cujo pagamento foi honrado.

Em São Paulo, a TV Globo entrava no ar através do Canal 5 (antiga TV Paulista que foi adquirida do grupo Victor Costa).⁶

No início, precariedade era uma palavra comum entre aqueles que se arriscavam a produzir programas de televisão. Precariedade de recursos e de resultados. A produção de aparelhos também era pequena. Em 1954, a capacidade de produção da indústria televisiva nacional se resumia a 18 mil aparelhos. A evolução do número de televisores em uso foi significativa durante a década de

⁵ A vida da TV. *Revista Imprensa*. 2000, p. 38, 40, 42.

⁶ A vida da TV. *Revista Imprensa*. 2000, p. 34.

50: 1951 – 3500; 1955 – 141 000; 1959 – 434 000 (Ortiz, 2001, p. 47-48).

Outro dado que mostra a pouca credibilidade do sistema televisivo em seus primeiros anos de existência, é o investimento publicitário nos diferentes meios de comunicação. “Em 1958 as verbas aplicadas na televisão atingem aproximadamente 8%, contra 22% no rádio e 44% nos jornais, o que mostra que as agências de publicidade preferiam os meios tradicionais” (Ortiz, 2001, p. 48).

3.1. A mão de obra

“Televisão é um sistema e suas peças não se compõem apenas de metal, válvulas ou transistores – as pessoas fazem parte dela” (Sodré, 1984, p. 13-14). A frase de Muniz Sodré serve para introduzir as façanhas daqueles que idealizaram e concretizaram a televisão brasileira. Para trabalhar na primeira estação de televisão do país, Assis Chateaubriand havia convidado seus homens de confiança, todos egressos do rádio. Fernando Moraes aborda tais mudanças na biografia *Chatô, o Rei do Brasil*:

Convidado para ser o diretor-técnico do projeto, Mário Alderighi chamou Jorge Edo para seu assistente, ambos eram técnicos especializados na montagem de transmissores de rádio. [...] Para diretor artístico, Chateaubriand chamou o baiano Dermival Costa Lima, que ocupava cargo idêntico nas rádios Tupi e Difusora de São Paulo (Moraes, 1994, p. 497).

A inexperiência dominava os profissionais que assumiram a responsabilidade de colocar no ar a televisão brasileira. Exceto aqueles que já haviam tido algum contato, mesmo que superficial, com o incipiente cinema brasileiro, eram todos “filhos” do rádio. Os aventureiros da nova tecnologia não podiam nem ao menos copiar outras emissoras, pois naquela época poucos canais de televisão funcionavam no mundo. E, ao contrário do que acontecia nos Estados Unidos, não existia no Brasil uma produção cinematográfica eficiente e de qualidade, sobre a qual se pudesse basear a programação da televisão. Em razão disso, restou aos brasileiros a alternativa de criar um projeto que se apoiasse no rádio, utilizando, inicialmente, sua estrutura, o mesmo formato de programação e também os mesmos técnicos e artistas.

O surgimento da televisão causou forte impacto sobre o rádio, veículo que até aquele momento reinava sozinho nos lares e no imaginário dos brasileiros. Os

grandes nomes que engrandeciam as novelas, shows, teatros e os noticiários foram todos para o novo veículo.

Houve também uma tentativa de recrutamento de profissionais no teatro profissional e amador. A bagagem cultural trazida pelas companhias teatrais para a televisão permitiu o desenvolvimento de programas mais ambiciosos, como os rádio-teatros. A formação diferenciada da mão de obra que foi trabalhar em televisão revela um traço social da formação dos próprios meios de comunicação na sociedade.

“Atividade de massa, a televisão retoma as questões de cultura de massa colocadas pelo rádio entre as duas guerras e, antes, pelo impulso da imprensa popular, a partir de 1870” (Wolton, 2006, p. 74).

No Brasil, a televisão se concretizou como veículo de massa em meados dos anos 60. Na década seguinte, a produção nacional de aparelhos alcançava a faixa de 860 mil unidades, volume que eliminava a necessidade de importação. O investimento do Estado na área das telecomunicações permitia aos grupos privados que realizassem seus objetivos de integração do mercado, implicando melhorias nas condições técnicas e de distribuição.

Em 1970 existiam 4 milhões 259 mil domicílios com aparelhos de televisão, o que significa que 56% da população era atingida pelo veículo; em 1982 este número passa para 15 milhões 855 mil, o que corresponde a 73% do total de domicílios existentes (Ortiz, 2001, p. 130).

O nascimento da televisão no Brasil coincide com um período marcado por uma utopia nacionalista, que buscava concretizar a saída de uma sociedade subdesenvolvida de sua situação de estagnação. O governo brasileiro aplicou verbas e realizou projetos no setor das telecomunicações. No fim da década de sessenta, a criação de um sistema de micro-ondas, permitindo a integração de todo o território nacional, apontava para o fim das dificuldades técnicas das quais havia padecido a televisão na década anterior. Contrariamente ao que aconteceu em países como os Estados Unidos, no Brasil, o sistema de redes, condição essencial para o funcionamento da indústria cultural, pressupunha um suporte tecnológico que era resultado de investimentos do Estado.

Ao lembrarmos esse período, é preciso que contextualizemos os fatos dentro da perspectiva de transformações profundas pelas quais o Brasil passou, a partir dos anos 1930, quando se intensificaram as taxas de crescimento industrial e

acelerou-se o processo de modernização das cidades. Os setores privado e estatal passaram a realizar largos investimentos em obras urbanas e telecomunicações, a fim de apoiar a expansão da modernidade.

A essa demanda de luxo costumam ajustar-se expressões ‘consumo moderno’, ‘moderna sociedade de consumo’, ‘mercado de massa’, ‘sociedade moderna’ e outras. E para apoiar a expansão dessa modernidade, os setores privado e estatal passaram a realizar largos investimentos em obras urbanas, telecomunicações, publicidade, etc. Neste impulso firmou-se o sistema da televisão. [...] Graças à instituição do crédito direto ao consumidor, as vendas de aparelhos-receptores tiveram um aumento de 48% em 1968, em relação a 1967, num total de 700 mil unidades (Sodré, 1984, p. 90-91).

Tampouco podemos deixar de considerar que a expansão da televisão no Brasil coincide com o período da ditadura militar, fato que recebe a atenção de Renato Ortiz em *A moderna tradição brasileira*. “O aspecto político é evidente: repressão, censura, prisões, exílios” (Ortiz, 2001, p. 114). Em seu livro *Elogio ao grande público*, Dominique Wolton compara, inclusive, a facilidade de acesso ao novo bem de consumo a uma compensação dada pela perda das liberdades políticas.

A realidade mostrava-se bastante complexa, na medida em que eram os próprios militares que ofereciam esse instrumento de modernização e de afirmação da identidade nacional, com a ideia de contribuir para a grandeza e a força do Brasil. “A televisão resultou, ao mesmo tempo, num instrumento de propaganda política de influência mais limitada do que pensavam os militares e também num instrumento de modernização, de identidade nacional, de abertura cultural” (Wolton, 2006, p. 154).

Para Renato Ortiz, é a ideologia da Segurança Nacional que legitima a ação dos militares no campo das telecomunicações. “A ideia da integração-nacional é central para a realização desta ideologia que impulsiona os militares a promover toda uma transformação na esfera das comunicações” (Ortiz, 2006, p. 118).

“A modernização tecnológica da comunicação, conjugada com a reconcentração da renda e a uma maior diversificação dos bens de luxo, favoreceu diretamente a expansão da TV” (Sodré, 1984, p. 99). De estranha e desconhecida, a companheira de todas as horas. A televisão passou a ter lugar de destaque nos lares, causando transformações na sociedade. Essas mudanças são objetos de

análise do pesquisador espanhol Jesús-Martin Barbero, em *Ofício de cartógrafo – travessias latino-americanas de comunicação na cultura*.

Enquanto o cinema catalisava a experiência da multidão, pois era em multidão que os cidadãos exerciam seus direitos sobre a cidade, o que agora a televisão catalisa é, ao contrário, a experiência doméstica, pois é na casa que as pessoas exercem agora cotidianamente sua participação na cidade (Barbero, 2004, p. 298).

No começo, após ligar o aparelho, era preciso esperar o tubo de imagem da TV esquentar. Para espantar os “chuvisco” e “fantasmas” que assombravam as imagens, muita gente espetava palha de aço no alto da antena do televisor. A convivência diária fazia surgir uma nova relação entre a televisão e o público. Inicialmente, o contato com a audiência era formal e distanciado.

Nos primeiros anos de televisão no Brasil, era comum encontrar telespectadoras mais humildes vestindo a melhor roupa e se penteando cuidadosamente antes de ligar a televisão, para não aparecerem feias ‘diante’ dos astros da telinha. Em casos mais graves, elas respondiam ao ‘boa noite’ dos apresentadores (Xavier, 2000, p. 24).

Em seus primórdios, a televisão parecia pura mágica.

Embora transmitisse em branco e preto, programas feitos sem profissionalismo, com imagens tecnicamente ruins, ela possuía um fascínio único. As pessoas falavam com os apresentadores, achando que estavam sendo vistas, paravam de conversar a cada momento, ficavam magnetizadas pelo novo aparelho e só voltavam ao normal quando o desligavam (Marcondes Filho, 1988, p. 36).

O grau de dependência à televisão a que chegaram determinados indivíduos é analisado por Jesús Martin-Barbero. O autor observa que essa relação é favorecida por um agradável primeiro contato:

No caso da TV, a falta de um entorno ritual, sua inserção no âmbito do familiar-cotidiano, reforça essa situação e a atitude de ausência de receio, de simpatia. Já que faz parte da família, a tela acesa perde todo caráter de agressor e se converte na grande companheira (Barbero, 2002, p. 103).

Muniz Sodré aprofunda a análise sobre a participação da televisão no âmbito doméstico. “A situação receptiva das mensagens televisivas é marcada pelo espaço familiar. A TV interpela o espectador enquanto indivíduo-membro da comunidade familiar, reunida na parte da casa onde se concentra a atividade coletiva” (Sodré, 1984, p.58). A televisão pode até mesmo extrapolar o papel de

companheira, citado anteriormente por Barbero. Em *Televisão – a vida pelo vídeo*, Ciro Marcondes Filho mostra como ela passou a ocupar outra função no lar.

Há lares em que a televisão fica ligada o dia inteiro, às vezes até sem quem ninguém a assista: é um aparelho falando sozinho. As pessoas, em geral, deixam-no ligado apenas para fazer barulho, para dar vida ao lar, para substituir uma companhia ausente com quem se pretendia dialogar. [...] Vendo apresentadores, cenas, entrevistas, elas têm a ilusão de participarem do ambiente (Marcondes Filho, 1988, p. 9).

Assim como o cinema, a TV ajudou a estruturar o imaginário da modernização desenvolvimentista. Os meios de massa foram agentes de inovações tecnológicas e sensibilizaram a população para o uso de aparelhos eletrônicos na vida doméstica, liberalizando costumes, com um horizonte mais cosmopolita.

No Brasil, as mudanças sociais e a constituição do Estado-nação irão rearticular a força as tradições. A modernização da sociedade tem, como contrapartida, uma reorganização da esfera cultural, sobretudo com a consolidação, nos anos 1960 e 1970, das indústrias culturais (Ortiz, 2006, p. 184).

Muniz Sodré observa que a empreitada desenvolvimentista e o otimismo relacionados ao processo de integração tinham relação com as transformações políticas e econômicas do país. “Por trás da totalidade filosófica, havia mesmo a realidade econômica da unificação do mercado interno por um centro, onde novas camadas privilegiadas celebravam a era do consumo” (Sodré, 1984, p. 93).

Entre os anos de 1967 e 1968, o Movimento da Tropicália levantou uma resistência à modernização que se fazia pelos braços da ditadura, e que não contemplava questões consideradas essenciais pela juventude intelectual de classe média, frustrando suas expectativas. Muitos passaram a buscar, então, uma revolução interna ligada ao corpo e às experiências individuais.

Ao conquistar espaço e credibilidade, a TV desbanca os outros veículos de comunicação no quesito faturamento publicitário. Em 1977 ela já concentrava 55,8% das verbas de publicidade, sendo que a TV Globo absorvia 85% dos investimentos, a TV Tupi ficava com 11% e o restante com as demais emissoras. Mas a distribuição dos serviços de televisão era restrita. 50% dos domicílios brasileiros ainda não possuíam televisão e, dos que possuíam, 80% localizavam-se nas regiões Sul e Sudeste.⁷

⁷ A vida da TV. *Revista Imprensa*. 2000, p. 46-48.

Finalizando, devemos reforçar que é nesse contexto de expansão territorial, massificação das cidades e abertura de novos mercados que nosso estudo precisa ser feito. Devemos considerar, ainda, que apesar da modernidade ter provocado uma quebra da interação entre os bairros e os indivíduos, isso ocorreu juntamente com a reinvenção de laços sociais e culturais perpassados pelo rádio e pela televisão.

3.2. Os equipamentos e o modelo estrangeiro

Ao longo dos últimos anos, foram efetuadas leituras dirigidas de dezenas de livros, artigos e teses sobre a dinâmica da indústria cultural e do telejornalismo no Brasil e em outros países, com objetivo de atualizar nosso quadro de referência teórico, usado como embasamento para esta tese.

Podemos dizer que, além da criatividade, a influência externa é outro traço marcante no desenvolvimento dos meios de comunicação eletrônicos no país. A associação com o capital internacional e os modelos de gestão, copiados de emissoras estrangeiras, ajudaram a promover uma modernização do sistema produtivo e uma atualização tecnológica que eram imprescindíveis para a novata televisão brasileira.

Daniel Herz, alerta para a disseminação de produtos culturais norteamericanos e que, posteriormente, viria a se encaixar perfeitamente no desenvolvimentismo de Juscelino Kubitschek e na internacionalização da economia.

Desde o início da segunda Guerra, os Estados Unidos passaram a realizar ‘operações culturais’ que, como ‘frentes ideológicas’, garantiram as justificativas de sua hegemonia sobre o mundo capitalista. Ao assistencialismo dirigido aos países subdesenvolvidos foi acoplada a difusão de todo o aparato tecnológico de imprensa, cinema, indústria fonográfica e das agências de publicidade (Herz, 1991, p. 80).

Durante o século XX, principalmente a partir dos anos 1940, a sociedade brasileira passou a sofrer uma mudança na orientação dos modelos estrangeiros. “Os padrões europeus cedem lugar aos valores americanos, transmitidos pela publicidade, cinema e pelos livros em língua inglesa, que começam a superar as publicações de origem francesa” (Ortiz, 2001, p. 71).

Quando a televisão nascia, o país estava voltado para o que acontecia na América do Norte. Mas, diferentemente de uma real integração, no ramo da comunicação eletrônica, o contato entre o Brasil e os Estados Unidos se configura numa conjunção de oportunidades. Os Estados Unidos perceberam que era uma boa ocasião para investir em um mercado novo e em desenvolvimento. Já para os brasileiros era a chance de trazer um modelo de televisão, tendo em vista que poucos países possuíam canais de TV na época. A fórmula que havia dado certo em outros lugares representava uma fuga da improvisação, e seguir o modelo norte-americano parecia um caminho para dar vida a projetos genuinamente nacionais.

Levemos em consideração, ainda, a origem dos equipamentos comprados para a experiência da televisão brasileira. Foi dos Estados Unidos que, em fevereiro de 1949, Assis Chateaubriand trouxe trinta toneladas de equipamentos, no valor de cinco milhões de dólares, e que tornariam possível concretizar o sonho de uma emissora nacional. As máquinas vinham da fábrica RCA Victor, localizada em Burbank, na Califórnia.

Benchimol reúne dados anteriores a essa data e que nos permitem compreender o contexto econômico em que nascia a indústria da televisão: “Quando em 1939, na Feira Mundial dos Estados Unidos, a RCA começou suas transmissões regulares, um aparelho de TV custava cerca de US\$ 600,00, enquanto um carro novo não valia mais que US\$ 900,00” (Benchimol, 1995, p. 94).

Em entrevista concedida em setembro de 1950, o empresário Assis Chateaubriand creditava o nascimento da televisão no Brasil à confiança depositada por seus anunciantes nos Diários Associados, cujo adiantamento de valores de contratos de publicidade pôde financiar a compra dos equipamentos para a TV Tupi:

Atentai bem e vereis como é mais fácil alcançar uma televisão: com prata Wolf, lãs Sams, bem quentinhas, Guaraná Champagne, borbulhante de bugre, e tudo isso bem amarrado e seguro na Sul América, faz-se um *bouquet* de aço e pendura-se no alto da torre do banco do Estado um sinal da máquina mais revolucionária, uma máquina que dá asas à fantasia mais caprichosa e poderá juntar os grupos humanos mais afastados. (Revista Imprensa, 2000, p. 72).

Em 1950, o sinal de um transmissor de TV de 3 kilowatts alcançava 80 milhas de distância. A disseminação do conhecimento era apontada por Assis Chateaubriand como uma das motivações para investir na televisão, naquele momento.

Conhecereis o único motor que nos conduz: elevar cada vez mais os níveis de cultura e de civilização da nossa terra e nossa gente. Dispõe hoje São Paulo de uma rede de difusão de imagens, idéias e fatos, que está promovendo modificações revolucionárias na estrutura da sociedade de nossos dias.⁸

A visão empresarial fez a diferença na história da TV brasileira. Com um investimento pesado em equipamentos de ponta, a TV Globo foi a primeira emissora a ter editor eletrônico e *videotape*, demonstrando arrojo também ao contratar artistas e profissionais advindos de outras emissoras pioneiras.

Em 1965, quando a TV Globo do Rio de Janeiro ergueu estúdios e instalações previamente planejados para abrigar a produção e a exibição de programas, a emissora carioca seguiu um modelo de construção copiado da americana WFBM. O prédio de três andares foi construído no bairro do Jardim Botânico, sede do então canal 4 e que ainda hoje é base da emissora.

Em 1976, a TV Globo alcançaria a marca de dois terços da programação de produção própria. Tornava-se a maior produtora de televisão do mundo, com quase 5000 horas de programas por ano. Nos anos 80, a TV Globo ocupou a posição de quarta maior TV comercial do planeta, atrás apenas das redes americanas NBC, CBS e ABC. As telenovelas, produzidas em seus departamentos de dramaturgia, passaram a ser exportadas para centenas de países de todos os continentes. O maior centro de produção da América Latina, o PROJAC, em Jacarepaguá, foi inaugurado em outubro de 1995, dispondo de estúdios, fábricas de cenários e figurinos, centros de pós-produção, complexo administrativo e galpões de acervo (Xavier, 2000, p. 244).

Em janeiro de 1999, foi inaugurada uma sede nova e mais moderna para o telejornalismo da TV Globo, em São Paulo, uma estação com tecnologia digital. Hoje a Rede Globo conta com cinco emissoras próprias e 112 afiliadas. Seu sinal

⁸ Chateaubriand, Assis. Notícias da TV: As impressões de Assis Chateaubriand. *Revista Imprensa*, 2000, p.73.

chega a 5.477 municípios brasileiros, atingindo 99,4% da população do país.⁹ Esses números acentuam ainda mais o interesse e a validade do presente estudo.

Neste item fizemos um retrospecto da história da televisão, apresentando fatos importantes da trajetória da TV nacional, destacando profissionais que inovaram e consolidaram esse veículo de comunicação de massa. A seguir, vamos transpor fronteiras e conhecer o desenvolvimento da TV nos Estados Unidos, a fim de comparar os modelos brasileiro e estrangeiro e avaliar o grau de influência de um sobre o outro.

3.3. O jornalismo eletrônico norte-americano

O modelo americano, copiado pelos brasileiros na técnica, também era observado na programação. Se havia um gênero em que as semelhanças com os programas norte-americanos eram especialmente notadas, pode-se dizer que esse gênero era o dos noticiosos. Neste capítulo vamos observar atentamente esse tipo de produção. Não é difícil perceber que a maioria dos telejornais brasileiros segue o exemplo do que é feito nos Estados Unidos. Para aprofundarmos o presente estudo e analisarmos a influência que os telejornais norte-americanos exerceram sobre os exemplares brasileiros, retomaremos o início da comunicação eletrônica nos Estados Unidos.

A comunicação de fatos jornalísticos com o uso de recursos eletrônicos iniciou-se no século XX. O rádio foi o veículo que se mostrou mais adaptável a essa situação e em cujo quadro de trabalho despontaram os primeiros grandes nomes do jornalismo eletrônico.

A primeira grande cobertura realizada pela televisão norte-americana aconteceu em 1948, durante uma convenção do Partido Republicano. A política sempre foi notícia e desde o início configurou-se como pauta jornalística. Esse tipo de cobertura era feito por várias emissoras que disputavam espaço dia a dia, utilizando como principal arma jornalística a participação de lideranças políticas capazes de segurar a audiência e despontarem na preferência popular.

A concorrência entre as emissoras é um fato que marca o telejornalismo norte-americano. Em *O século dourado*, Sebastião Squirra relata uma das mais ardentes competições da história do jornalismo de TV nos Estados Unidos. Os

⁹ Fonte: Jornal *O Globo*. Edição do dia 6 de agosto de 2008.

protagonistas eram Douglas Edwards (da CBS) e John Cameron Swayze (da NBC).

Desde o final da Segunda Guerra Mundial os dois disputaram ardentemente a preferência do público. O programa da CBS levava o nome da sua principal estrela no título: *Douglas Edwards com as Notícias* (“Douglas Edwards with the News”). [...] No fim dos anos 50, o telejornal de Edwards superou o concorrente da NBC e se firmou como o principal noticiário da época. O âncora da NBC, John Cameron Swayze foi substituído em 1956 por uma dupla de jornalistas que também fez muito sucesso: Chet Huntley e David Brinkley, com seu programa *O informativo Huntley-Brinkley* (“The Huntley-Brinkley Report”). Esse foi o primeiro programa de televisão que superou os jornais impressos e as revistas especializadas (Squirra, 1993, p. 37-39).

O primeiro telejornal de meia hora surgiu numa rede de televisão norte-americana em 1963. O *Notícias CBS*, além de inovar no tempo de duração do programa, que passou a ser mais longo, também foi o pioneiro na iniciativa de conferir ao apresentador o poder de ser o editor-chefe do programa. Na época, esse cargo pertencia a Walter Cronkite. Esse também foi o primeiro noticiário a apresentar comentários regularmente. Mas as inovações não pararam por aí. O *Notícias CBS* foi responsável por uma grande mudança no cenário de apresentação dos telejornais, que, posteriormente, viria a ser copiada por muitos outros noticiários. O telejornal saiu do estúdio para centralizar-se no local de onde as notícias eram preparadas. Passou a ser transmitido de uma sala de redação, onde podiam ser vistos muitos equipamentos em operação e alguns profissionais que trabalhavam ao fundo.

Atualmente, esse modelo é adotado no mundo inteiro. Basta ligar a televisão e selecionar alguns canais para que se confirmem as semelhanças: a líder em noticiário a cabo, a norte-americana CNN, as redes espanholas e também as mexicanas fazem uso desse artifício. No Brasil, um exemplo recente de utilização desse tipo de apresentação pode ser visto na *Globo News*, canal de jornalismo 24 horas. É como se os apresentadores estivessem em um aquário de vidro, de onde se tem a visão de todo o trabalho de produção das notícias na redação.

Até mesmo o tradicional “boa-noite” do Jornal Nacional saiu do estúdio. No dia 26 de abril de 2000, data comemorativa dos 35 anos da TV Globo, o JN sofreu uma reformulação completa no seu visual. Nessa nova visão, a bancada do telejornal foi transferida para um mezanino, a 3,5 metros de altura do chão,

construído numa das extremidades da redação e transformada em área de trabalho dos jornalistas, equipada com um monitor e um computador.

Voltando ao caso americano, a emissora que mais evoluiu em jornalismo eletrônico foi a CBS, tanto em dinheiro, quanto em espaço de programação. A forte concorrência entre as principais emissoras do país gerou outra característica marcante no telejornalismo norte-americano: a existência de telejornais importantes em mais de um horário do dia: noticiosos matutinos para informar as pessoas muito cedo, às 6 horas da manhã, antes de saírem para o trabalho; e os vespertinos, a partir das 18h30min, horário em que ainda hoje vão ao ar os principais telejornais norte-americanos.

Diferentemente do Brasil, nos Estados Unidos os telejornais vão ao ar fora do horário nobre da televisão, que vai das 19h às 23h. Golberg e Golberg, citados por Squirra, explicam o fato da seguinte maneira.

No início dos anos 80, as afiliadas descobriram que poderiam ganhar mais dinheiro colocando no ar programas como *Roda da Fortuna* (“Wheel of Fortune”) do que noticiários. [...] E assim as afiliadas retiraram os noticiários das redes fora do seu sacrossanto horário das 7 horas da noite para 06h30min da tarde, ou, ainda pior, como em São Francisco, para às 5h30min da tarde, o que significa ainda menos telespectadores (Squirra, 1993, p. 40-41).

Quanto ao formato, os telejornais são enquadrados em meia hora de duração, com 22 minutos e meio ou 23 minutos líquidos de notícias. Herbert J. Gans, citado por Squirra afirma:

Os telejornais são divididos em 4 ou 5 seções e interrompidos com comerciais. Tipicamente, consistem (cada bloco) de 4 ou 5 histórias gravadas, cada uma com duração de 2 a 5 minutos de notícias ‘quentes’ sobre os acontecimentos do dia e de uma ou duas reportagens gerais (‘features’) com maior duração, que não tratam implicitamente das notícias factuais. Os textos lidos (no estúdio) consomem cerca de 6 minutos de cada programa, duram individualmente de 15 a 30 segundos e servem para introduzir ou encerrar as histórias, atualizando-as com as mais recentes informações, abastecendo-as com ‘manchetes’ e resumizando as notícias estrangeiras e nacionais que não puderam ser gravadas ou não foram consideradas suficientemente importantes (Gans, citado por Squirra, 1993, p. 50-51).

Todos os dias, ao ligar o aparelho de televisão em seu telejornal preferido, o público americano já sabe o que encontrará no vídeo. Talvez seja justamente essa razão que o leve a apertar o botão “On”, no qual está imputado o comando que traz aos olhos do telespectador o mundo mágico da televisão. Durante muito

tempo, ao ligar o aparelho de TV para assistir ao telejornal da ABC, *O mundo em notícias esta noite* (“World News Tonight”), o telespectador já esperava receber em sua casa a visita de Peter Jennings, a maior estrela do telejornalismo da ABC. Posteriormente, no capítulo 6, teremos a oportunidade de compreender a influência do trabalho de Peter Jennings como uma das inspirações para a criação da Caravana JN.

Nos Estados Unidos, o “âncora” do noticiário é alguém identificado com a emissora, um jornalista com papel ativo na elaboração das notícias, alguém que tece comentários, emite opiniões e que assume um papel comparado ao de um homem público, sendo reconhecido nas ruas. Não é político, mas, da mesma forma que esse, seu sucesso depende de sua capacidade de inspirar confiança, serenidade e honestidade.

No caso das três maiores redes de televisão norte-americanas (ABC, CBS e NBC), geralmente os apresentadores “são brancos, homens, casados, pais de dois ou mais filhos, ricos, estão na meia idade e são protestantes. São bonitões, cheios de energia, ambiciosos, atentos e enormemente competitivos” (Squirra, 1993, p. 66). Além disso, eles recebem os maiores salários pagos pelas emissoras. Em resumo, são “bons meninos”, “comportados”, extremamente inteligentes e cheios de sucesso. Representam o sonho de qualquer americano que tenha alguma ambição na vida e talvez seja essa a razão para que tenham dado tão certo.

3.4. O Mito Walter Cronkite

Se existe um ideal de apresentador no telejornalismo norte-americano, este se chama Walter Cronkite. Ele é considerado o “pai” do moderno jornalismo eletrônico norte-americano, cuja era teve início no dia 16 de abril de 1962, data em que Cronkite assumiu o comando do *Evening News*, da CBS. Com seu trabalho, o noticioso alcançou grandes índices de audiência, principalmente durante as décadas de 60 e 70. Cronkite tinha o perfil da emissora que, com sua presença, assegurava credibilidade e audiência. O nome do jornalista estava atrelado ao título do noticiário: *As notícias da noite da CBS com Walter Cronkite* (“The CBS Evening News with Walter Cronkite”) foi um dos telejornais norte-americanos mais assistidos em todos os tempos.

Para chegar ao estrelato no telejornalismo da CBS e conquistar a confiança do telespectador, Walter Cronkite trabalhou em diversas funções, atuando como repórter e correspondente internacional.

Cronkite entrou para a CBS através de uma afiliada da rede de rádio de Kansas City, cidade onde passou parte da infância. Convidado a cobrir a Guerra da Coreia para a CBS aceitou imediatamente. Ele tinha começado a carreira como correspondente da United Press em Londres, durante a Segunda Guerra Mundial. Cobriu o norte da África e depois de Londres a intensa guerra aérea desfechada por Hitler contra a Inglaterra. Depois de acompanhar o desembarque dos aliados, montou o escritório da UP na Bélgica, em Luxemburgo, esteve nos países baixos, cobriu o julgamento dos nazistas em Nuremberg e, em seguida, foi para Moscou onde ficou como chefe do escritório da UP durante dois anos. De volta aos Estados Unidos aguardou uma proposta de tornar-se chefe da UP na Europa. O que acabou não acontecendo. Assim, foi trabalhar numa pequena estação de rádio de Kansas City. Em seguida veio o convite da CBS (Squirra, 1993, p. 70).

Walter Cronkite era um típico “homem da notícia”. Em seu papel profissional de repórter, corria sempre na frente da concorrência. E foi justamente essa “fome” pelo tão desejado “furo de reportagem” que o levou a ocupar o posto mais alto da profissão. Foi ele quem primeiro noticiou o assassinato do presidente John Kennedy, em 22 de novembro de 1963:

Cronkite foi o primeiro a dar a notícia, a 1 hora e 40 da tarde, já que, diferentemente dos jornalistas concorrentes, não tinha saído do estúdio para almoçar naquele dia. A ABC divulgou a notícia em segundo lugar, dois minutos mais tarde e a NBC cinco minutos depois da CBS (Squirra, 1993, p. 72).

Segundo relatos, ele não deixou a notícia nem ao menos ser redigida, apenas pediu para que o colocassem no ar que o texto seria dito de improviso. Cronkite tinha extrema rapidez de raciocínio e, embora não parasse para pensar no que diria dali a instantes, possuía o dom de contar os fatos de forma simples e didática, qualidades primordiais para um jornalista de televisão.

Walter Cronkite conhecia muito bem a política dos Estados Unidos, ancorou a cobertura das convenções dos partidos políticos de 1968 a 1980. Seu estilo fugia da opinião, mas quando julgava necessário dava o seu recado. Por duas vezes quase entrou em choque com o governo. Embora, segundo Squirra, fosse considerado pelos colegas como sendo vaidoso e egoísta, Walter Cronkite foi o mais brilhante apresentador que o telejornalismo norte-americano teve notícias. Deixou o posto em março de 1981, quando foi substituído por Dan Rather (Squirra, 1998, p. 73).

Após nos debruçarmos sobre a história da comunicação eletrônica nos Estados Unidos, acreditamos ter contribuído de forma efetiva para que se torne mais fácil e proveitosa a análise que faremos a seguir sobre o telejornalismo brasileiro e o surgimento de uma rede nacional de televisão.

3.5. O Telejornalismo no Brasil

A chegada da televisão, na década de 1950, veio revolucionar uma comunicação que, com o rádio, já havia se libertado das limitações de distância. Ecoando o sucesso do cinema, pouco tempo antes, a televisão ajudou a colocar a imagem no primeiro plano da civilização ocidental.

Neste capítulo veremos que sua programação é fruto de um longo aprendizado. Conheceremos histórias de sucesso e alguns fracassos, observaremos desafios vencidos com imensa criatividade e analisaremos o surgimento de uma rede nacional de televisão, viabilizada por transformações de ordem técnica e política. Nosso levantamento seguirá até o ponto em que conheceremos, de forma mais consistente, o caso do Jornal Nacional, nosso objeto de estudo.

Sabemos que o surgimento da televisão obrigou os programadores da década de 50 a estudarem a melhor maneira de utilizar o novo veículo. Mesmo sem muita experiência, eles logo concluíram que os programas do rádio poderiam ser adaptados. E foi isso que começaram a fazer. Pouco a pouco, antigos sucessos radiofônicos foram aparecendo diante das câmeras. Muitas estreias e inúmeros fracassos ganharam vida, até que se chegasse à atual grade de programação das emissoras. Os programas de maior sucesso foram ficando no ar, enquanto aqueles que não deram certo foram simplesmente saindo do ar.

A televisão Excelsior, de São Paulo, foi a primeira a usar a programação horizontal, ou grade (ex: novelas todos os dias às 20h) e vertical (programa infantil seguido de novela, depois o jornal, show e finalizava com um filme), acostumando a uma ordem determinada da programação.¹⁰

Podemos afirmar que telejornalismo brasileiro nasceu na década de 50, juntamente com a televisão. O primeiro programa jornalístico que foi ao ar na precursora PRF-3-TV Tupi (e que logo se transformaria apenas em canal 3) chamava-se *Imagens do Dia* e estreou em 19 de setembro de 1950. Seu horário

¹⁰ A vida da TV. *Revista Imprensa*, 2000, p.34.

não era fixo, entrava normalmente às 21h30min, mas podia variar conforme a instabilidade da programação e os problemas operacionais da emissora.

No começo, era marcante a subordinação dos programas aos interesses dos patrocinadores. Era muito comum, por exemplo, que o nome do anunciante viesse colado ao do programa, como no caso do *Telenotícias Panair*, noticiário que substituiu o precursor *Imagens do Dia*, ou do consagrado *Repórter Esso*. Depois de ser considerado o melhor programa jornalístico do rádio, o *Repórter Esso* foi levado para a televisão, em 1952.

O programa nasceu de uma encomenda da Esso à agência de propaganda Mc-Erickson e foi lançado na noite de 28 de agosto de 1941, pela Rádio Nacional do Rio de Janeiro. Tinha quatro edições diárias: às 8h, 12h55min, 19h55min e 22h55min. Seguiu o modelo norte-americano e dava ênfase à informação internacional (Xavier, 2000, p. 169). A versão para a TV seguiu o exemplo de um noticioso já existente nos Estados Unidos. O noticiário era oferecido pela Esso, empresa norte-americana de petróleo que patrocinou esse modelo de programa em diversos países. “*The Esso Reporter*” surgiu em substituição ao *Carretel de Notícias da Esso* (“*The Esso Newsreel*”), antigo programa de notícias apresentado na NBC, em 1946. Esse pacote de notícias em filme, com duração de 15 minutos, ia ao ar aos domingos, as segundas e quintas-feiras. Em 1947, no entanto, o programa foi reduzido a um só dia da semana e teve o nome alterado para *O Repórter Esso*. Sebastião Squirra descreve o papel pioneiro que esse noticioso desempenhou.

Este telejornal veio impor o primeiro padrão para a apresentação de noticiário no jornalismo eletrônico brasileiro e também para os demais fatos ligados à imagem do programa e de seus apresentadores que, via de regra, eram locutores com experiência no veículo, mas que não eram jornalistas profissionais (Squirra, 1993, p. 105).

Na versão para a TV brasileira, o programa teve seu nome alterado para *O Seu Repórter Esso* e o apresentador escolhido foi Gontijo Teodoro. Naquela época, o sinal da TV Tupi, emissora que levava o noticioso ao ar, abrangia apenas os estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo e o norte de São Paulo. Não diferia muito do modelo que chegava às casas dos brasileiros pelas ondas do rádio, consagrado nos anos 40. Era apresentado por apenas um locutor, matérias que tratassem de temas semelhantes ou com alguma relação eram reunidas no

mesmo bloco, e a principal notícia do dia era lida em tom destacado, no fim do programa. Tanto no rádio, como na TV, a pontualidade e a credibilidade do jornal eram reforçadas por *slogans* que ficaram famosos: “Repórter Esso, o primeiro a dar as últimas” e “Repórter Esso, a testemunha ocular da história”. O noticioso durou até 1970, quando ele saiu do ar devido a várias razões, entre elas a falta de recursos, o declínio dos Diários Associados e a concorrência. Em mais de uma década entre os líderes de audiência, o *Repórter Esso* ajudou a forjar a importância do horário que, mais tarde, viria a ser chamado de “horário nobre” e que guarda, até hoje, os segundos mais caros da televisão brasileira.

Ao retomarmos a história da televisão brasileira, outro caso que merece ser citado é o da TV Excelsior, fundada nos anos 1960 pelo grupo Simonsen. Renato Ortiz aborda o perfil moderno de gestão empregado na emissora paulista, afirmando que ela foi a primeira a conceber uma identidade entre tempo e espaço comercial, planejando investimentos em termos de uma racionalidade empresarial. No telejornalismo, a Excelsior inovou com o tom informal que dava às notícias em programas como o “Jornal Excelsior”, vencedor do prêmio internacional Ondas, em 1964, como o melhor telejornal do mundo.

O primeiro telejornal da TV Globo chamava-se *Tele Globo* e começou com duas edições diárias: uma ao meio-dia e outra às 19h. Hilton Gomes e Aluizio Pimentel foram seus apresentadores. A partir de 1966, o programa passou a ser exibido unicamente às 13h. O *Ultranotícias* também nasceu com duas edições diárias. A primeira, às 15h, tinha duração de cinco minutos, e a segunda ficava no ar de 19h45 às 20h e era comandada por Hilton Gomes e pela atriz Irene Ravache. O telejornal era patrocinado pelas empresas Ultragaz e Ultralar e produzido pela agência de publicidade McCann Erickson. Em *Jornal Nacional, a notícia faz história* (2005), o jornalista Armando Nogueira fala sobre o nível de interferência da agência de propaganda na elaboração e até na orientação do programa *Ultranotícias*: “O representante da McCann Erickson interferia diretamente. Se não gostasse de alguma matéria, mandava cortar”. A direção de jornalismo decidiu então que tinha que acabar com esse tipo de interferência. Pôs fim ao *Ultranotícias* e criou o *Jornal da Globo*. Apresentado por Luiz Jatobá e Hilton Gomes, o programa era exibido às 19h30 e tinha como editor-chefe José Gomes Tinhorão.

No começo, o jornalismo usava o suporte técnico do cinema, ou seja, o filme de 16mm. A montagem dos filmes era um trabalho artesanal e penoso. Os textos dos programas eram mimeografados para serem lidos pelos apresentadores. Mas as condições técnicas evoluíram, como veremos posteriormente no item 6.1 deste trabalho, destinado à tecnologia em telejornalismo.

3.6. O satélite, as primeiras transmissões em rede e a formação de uma sociedade de consumo de massa

Implantada em 1950, a televisão se viu desafiada, durante toda a década, por uma infraestrutura precária. Ortiz monta um quadro das dificuldades aqui no Brasil:

Existiam somente alguns canais e a produção e a distribuição televisiva (resumida ao eixo Rio-São Paulo) possuía um caráter marcadamente regional. Não havia um sistema de redes, os problemas técnicos eram consideráveis, e o *videotape*, introduzido em 1959 – o que permitiu uma expansão limitada da teledifusão para algumas capitais – só começa a ser utilizado mais tarde (Ortiz, 2001, p. 47).

Sob esse aspecto, poderíamos dizer que o desenvolvimento tecnológico da televisão veio para suprir demandas práticas. Além da edição, o *videotape* permitia fazer cópias e distribuí-las a uma rede de retransmissoras.

O investimento nas pesquisas e em tecnologia foi impulsionado pelo desejo das emissoras americanas de ajustarem suas grades de programação “em rede nacional”. A companhia Ampex desenvolveu um equipamento, apresentado ao mercado em 1956. A rede CBS estreou a novidade gravando o programa “*Douglas Edward and the News*”.

Aqui no Brasil, a TV Continental recebeu equipamento da Ampex em caráter experimental. A primeira demonstração do *videotape* no Rio de Janeiro foi em uma festa, no Hotel Copacabana Palace. O show dirigido por Haroldo Costa e apresentado por Riva Blanche e pelo repórter Carlos Pallut entrou no ar às 21h. Quando o telespectador viu a primeira imagem, ela mostrava o relógio de pulso de Pallut marcando 15h. Começava uma revolução na televisão brasileira (Xavier, 2000, p. 123).

Entre a população, crescia a expectativa pela consolidação de uma televisão nacional, mas as mudanças aconteciam de forma lenta e gradual, envoltas em caráter de novidade. Quando a concorrência ainda não havia se

estabelecido, o apelo era outro. Não era pela qualidade do produto que o consumidor se sentia atraído, mas sim “por um discurso pedagógico que se fundamenta na necessidade da construção da modernização da sociedade brasileira” (Ortiz, 2001, p. 60). Os antigos anúncios de aparelhos de TV dão uma ideia do papel que esse equipamento e a rede, por trás dele, acabavam de introduzir na sociedade brasileira:

Você quer ou não quer a televisão? Para tornar a televisão uma realidade no Brasil um consórcio radio-jornalístico inverteu milhões de cruzeiros. Agora é a sua vez – qual será a sua contribuição para sustentar tão grandioso empreendimento? Do seu apoio dependerá o progresso, em nossa terra, dessa maravilha da ciência eletrônica. Bater palmas e aclamar admirativamente é louvável, mas não basta- seu apoio só será efetivo quando você adquirir um televisor (Ortiz, 2001, p. 60).

Historicamente, a TV nascia numa era de transformações. Nos anos 60, a tecnologia dos satélites aproximava os povos do planeta e dentro de cada país intensificava-se o intercâmbio de informações entre regiões distantes. Inspirado pelas mudanças, Marshall McLuhan cria o conceito de “aldeia global”, antevendo novos tipos de relações entre indivíduos, a partir da revolução provocada pela mídia eletrônica.

Aqui no Brasil, o período compreendido entre 1956 e 1962 é lembrado como uma espécie de “era de ouro tropical”. Com a nova capital, Brasília, inaugurada em 1960, o mundo assistiu ao apogeu da arquitetura modernista brasileira. Culturalmente, explodia a Bossa Nova, o Brasil ganhava sua primeira Copa do Mundo de futebol (na Suécia) e o Cinema Novo estava prestes a despontar. André Villela remonta às principais características dessa época em artigo publicado na coletânea *Economia Brasileira Contemporânea* (2005). Por meio de seu plano de metas, o governo JK aprofundaria o processo de substituição das importações. O resultado dos maciços investimentos realizados nos setores de infraestrutura básica (energia e transportes, sobretudo) e manufatureiro foi um aumento da taxa de investimento que passou de 13,5% em 1955 para 15,7% em 1960, chegando a 17% em 1963.¹¹ Muitas das metas alcançaram elevado percentual de realização frente ao planejado, com destaque para a construção de

¹¹ Villela, André. Dos Anos Dourados de JK à crise não resolvida. *Economia Brasileira Contemporânea* (2005), Ed Elsevier, p. 50-51.

rodovias, produção de veículos e a ampliação da capacidade de geração de energia elétrica. A produção de automóveis, em particular, serviu para impulsionar o crescimento do setor de bens de consumo duráveis que, conjuntamente com o setor de bens de capital, lideraram essa etapa do processo de substituição de importações. O objetivo era deixar para trás o estágio de uma sociedade subdesenvolvida e de sua situação de estagnação:

É impossível compreendermos a década de 50 e parte da de 60 sem levarmos em consideração esse sentimento de esperança e a profunda convicção de seus participantes de estarem vivendo um momento particular da história brasileira. A recorrente utilização do adjetivo ‘novo’ trai todo o espírito de uma época: bossa nova, cinema novo, teatro novo, arquitetura nova, música nova (Ortiz, 2001, p. 110).

O Brasil, de dimensões continentais, se apresentava como cenário ideal para experimentações:

Evidentemente as empresas culturais existentes buscavam expandir suas bases materiais, mas os obstáculos que se interpunham ao desenvolvimento do capitalismo brasileiro colocavam limites concretos para o crescimento de uma cultura popular de massa. Faltavam a elas um traço característico das indústrias da cultura, o caráter integrador (Ortiz, 2001, p. 48).

Um sopro de integração nacional varreu o país nos anos 1950, tendo a construção de Brasília como um dos projetos mais emblemáticos, conforme vimos acima. Se, por um lado, o período imediatamente posterior e identificado pela ditadura militar foi marcado pela supressão ideológica, por outro, o estímulo dos governos autoritários fizeram desse momento da história brasileira aquele em que mais foram produzidos e difundidos os bens culturais. “Isso se deve ao fato de ser o próprio Estado autoritário o promotor do desenvolvimento capitalista na sua forma mais avançada” (Ortiz, 2001, p. 115). Ao examinar a questão sob uma perspectiva econômica, Ortiz observa que o Estado militar aprofunda medidas tomadas no governo de Juscelino Kubitschek, às quais os economistas se referem como a “segunda revolução industrial” no Brasil:

Certamente os militares não inventam o capitalismo, mas 64 é um momento de reorganização da economia brasileira que cada vez mais se insere no processo de internacionalização do capital; o Estado autoritário permite consolidar no Brasil o ‘capitalismo tardio’. Em termos culturais, essa reorientação econômica traz conseqüências imediatas, pois, paralelamente ao crescimento do parque industrial e do mercado interno de bens materiais, fortalece-se o parque industrial de produção de cultura e o mercado de bens culturais (Ortiz, 2001, p. 114).

Para Ortiz, a questão da “integração nacional” passava pela definição de Estado como um centro nevrálgico de todas as atividades sociais. “Uma vez que a sociedade é formada por partes diferenciadas, é necessário pensar uma instância que integre, a partir de um centro, a diversidade social” (Ortiz, 2001, p. 115).

A Empresa Brasileira de Telecomunicações, a Embratel, iniciou suas atividades em 16 de setembro de 1965. O aprimoramento técnico dessa empresa estatal tornou possíveis as transmissões internacionais e nacionais via satélite, a formação das redes nacionais de TV e as transmissões coloridas. O ingresso na era das transmissões via satélite aconteceu em 28 de fevereiro de 1969, dia em que entrou em funcionamento a primeira estação terrena para comunicações via satélite, chamada de Tanguá I, no município fluminense de Itaboraí. A estação rastreadora de satélites da Embratel possibilitou a incorporação à rede mundial de satélites.

Foi graças a essa teia mundial, que o dia 20 de julho de 1969 ficou marcado para sempre. Quem presenciou aquele momento histórico dificilmente esquece. Os demais certamente já viram imagens ou ouviram falar da façanha da nave espacial norte-americana Apolo XI, ao aterrissar em solo lunar. Cerca de 700 milhões de pessoas, em 47 países, acompanharam, pela TV, o momento em que o astronauta Neil Armstrong se tornou o primeiro homem a pisar na lua.

A rede mundial foi possível graças ao satélite Intelsat-3, que pôs a “aldeia global” interligada ao vivo, ao mesmo tempo. No Rio e em São Paulo, as cenas foram vistas graças ao *pool* Associadas-Rede Globo, com imagens retransmitidas em São Paulo pela TV Cultura e TV Bandeirantes. Ninguém jamais esquece a frase dita pelo astronauta Neil Armstrong e que ficaria célebre: “é um pequeno passo para o homem, um salto gigantesco para a humanidade”.

Muita gente se assustou quando a imagem rodopiou e Armstrong corrigiu a posição da câmera. As imagens espaciais viajavam quase 400 mil quilômetros até a Terra em 20 segundos. No Brasil, apenas as regiões Sudeste e Sul acompanharam a façanha ao vivo. Na época a China censurou todas as imagens e notícias do Homem na Lua. Enquanto 5,5 milhões de brasileiros admiravam “o Grande Show Lunar” da NASA, 3,27% da audiência de Rio e São Paulo preferiu sintonizar outros canais (Xavier, 2000, p. 174).

A nitidez das imagens geradas do espaço era tão grande que muitos telespectadores duvidaram da chegada do homem à lua. O repórter Hilton Gomes, que narrou o desembarque dos astronautas na Lua, direto dos estúdios da TV Globo, no Jardim Botânico, no Rio de Janeiro, conta uma história engraçada. Diz que, após o programa, quando foi tomar um café no bar da esquina, ouviu a moça que sempre o atendia chamá-lo de mentiroso. Eram os avanços tecnológicos que corriam, talvez, mais rapidamente que a própria capacidade dos telespectadores de imaginarem ver cenas assim.

A corrida tecnológica favoreceu diretamente a comunicação e o telejornalismo. Com o investimento do Estado na área das telecomunicações, os grupos privados puderam concretizar seus objetivos de integração do mercado (Ortiz, 2006, p. 128). Os empresários encontraram na formação de uma rede um caminho para diluir os custos, uniformizando a programação pelo país. É o que afirma José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, em *Jornal Nacional – A notícia faz história*. “Os militares queriam mostrar que o Brasil era um país de primeiro mundo e montaram a Embratel. Nós imaginamos que a primeira utilização óbvia dos enlaces de microondas seria o jornalismo”.¹²

Em entrevista concedida à Revista Mercado Global, em setembro de 1975, o então diretor-geral da Rede Globo, Walter Clark, apontava a rede de emissoras de TV como a única alternativa de *marketing* possível para a televisão brasileira de nível: “o objetivo desejável é, dentro do posicionamento correto da programação, o melhor possível para a maior quantidade possível”.¹³

Para as emissoras de TV, a ideia de criação de programas nacionais alcançava a simpatia dos departamentos comerciais, pois abria um mercado em potencial, ao mesmo tempo em que satisfazia a necessidade de transformar a experiência da TV num serviço público que levasse a programação além do simples entretenimento. Todavia, quando se fala em cadeia ou rede, é importante

¹² Sobrinho, José Bonifácio de Oliveira em *JN – A notícia faz história*, 2000, 28.

¹³ Clark, Walter. A TV, veículo de integração nacional. *Revista Imprensa*, 2000, p. 41.

distinguir o que é uma rede em termos de cadeia de emissoras empresarialmente independentes, já que dentro do sistema brasileiro de televisão o número máximo de concessões de canais geradores permitido a uma empresa ou grupo empresarial é cinco.

Antes de haver a formação de uma rede, as emissoras contavam com estações transmissoras em várias capitais. Em 1960, a TV Tupi foi pioneira ao transmitir em cadeia, através de 1200 km, com 7 torres de transmissão.¹⁴ Mas nenhuma emissora, porém, contava com capacidade operacional para transmitir o mesmo sinal, ao mesmo tempo, para diferentes regiões. Os programas eram produzidos e apresentados localmente, ou gravados em filmes e *videotapes* na sede da emissora para a posterior distribuição. Havia, portanto, um “tráfego” de programas e matérias jornalísticas que chegavam aos seus destinos com atraso.

Somente em 1969 a Embratel inaugurou o chamado Tronco Sul, rota terrestre de sinais de TV que permitiu, por um sistema de micro-ondas, a integração de Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre e Curitiba através de uma sequência de postos repetidores, distantes quase 50 quilômetros um do outro. Cada um captava sinais do posto anterior, amplificava e enviava para o seguinte.¹⁵

O fortalecimento da federação sempre foi um dos pontos-chave para o desenvolvimento das telecomunicações brasileiras. Na biografia do jornalista Roberto Marinho, Pedro Bial analisa a questão sob um viés histórico. O autor volta à origem do grupo de comunicação, formado pelo patriarca da família. A ideia de integração pela comunicação tinha motivação clara. “Irineu Marinho bem sabia do desmando federativo e esta consciência iria se expressar mais tarde em seu apoio a um projeto de unificação-nacional, o movimento tenentista” (Bial, 2004, p. 56). O que havia sido meta ideológica de Irineu Marinho, uma de suas afinidades com o tenentismo, se tornara interesse comercial, imperativo empresarial para o filho Roberto Marinho (Bial, 2004, p. 180). Empresário que viveu sua juventude sob a frouxidão federativa da República Velha, quando a “unidade nacional” era quase uma ficção, devido a infindáveis conflitos entre presidentes e governadores, Roberto Marinho enxergou a grandeza contida no plano de formação da rede.

¹⁴ A vida da TV. *Revista Imprensa*, 2000, p. 30.

¹⁵ *JN – A notícia faz história*. 2000, p.28.

Grandeza que a revista inglesa *The Economist* reconheceu no obituário que publicou quando da morte do jornalista, em agosto de 2003. Pedro Bial também cita essa passagem, em que a publicação avalia a ruptura cultural e histórica que Roberto Marinho operou na história do Brasil: “Ele contestou a crença de que o maior país da América do Sul era grande demais. A união nacional era o mais importante” (Bial, 2004, p. 36).

A integração do país também foi assunto abordado na entrevista concedida por Walter Clark à Revista Mercado Global e que foi transcrita pela Revista Imprensa (2000). “Como o mais completo veículo de massa do mundo moderno e pela sua possibilidade de comunicação instantânea, a televisão cumpre e tem que continuar cumprindo o seu papel de veículo da integração nacional”. E segue dizendo:

A integração nacional era o desafio histórico que a tecnologia e os recursos humanos estão enfrentando e vencendo. Esta integração nacional via TV é prioritária para o governo, assim como todo o complexo das telecomunicações e investimentos públicos que estão sendo mobilizados para esta área.¹⁶

Na década de oitenta as antenas parabólicas começaram a se espalhar pelo país, mostrando o Brasil e o mundo a cada vez mais brasileiros. A primeira experiência com esse tipo de equipamento foi realizada nos acampamentos da Mineração Rio Norte e do Projeto Carajás, em Porto Trombetas, no Pará, durante as transmissões da Copa do Mundo da Espanha, em 1982. Xavier (2000) alerta que já havia parabólicas piratas no interior do Brasil, principalmente em fazendas e vilarejos distantes dos centros urbanos. O sistema foi autorizado pelo Ministério das Comunicações através de uma portaria, em 1984, quando o Departamento Nacional de Telecomunicações liberou a recepção de sinais de satélite por particulares para fins não comerciais.

O primeiro país do mundo a ter um sistema particular de telecomunicações por satélite foi o Canadá, ao lançar o ANIK 1, em 7 de novembro de 1972. Depois, Estados Unidos, Indonésia, União Soviética e Índia inauguraram satélites para operações internas. O Brasil foi o sexto país do mundo a lançar seu próprio satélite ao espaço, ao concluir o projeto BRASILSAT A1, em fevereiro de 1985. O equipamento montado com tecnologia canadense foi transportado por um

¹⁶ Clark, Walter. A TV, veículo de integração nacional. *Revista Imprensa*, 2000, p. 41.

foguete que partiu da base de Kourou, na República Francesa e recebia sinais eletromagnéticos de TV, telefone e telex, retransmitindo para qualquer parte do país.

Mais tarde, no item 6.1, destinado à tecnologia empregada pela Caravana JN, teremos a oportunidade de estudar alguns aspectos relacionados à engenharia de comunicação de massa e as transmissões por satélite.

3.7. O Jornal Nacional

O uso do satélite, que havia surpreendido os brasileiros com as imagens do homem no espaço, também permitiu que, pela primeira vez, um mesmo programa de televisão fosse assistido em todo o país, ao mesmo tempo.

Embalado como novidade, o Jornal Nacional contava com um berço sólido. Já teria nascido adulto, como afirma o vice-presidente das Organizações Globo, João Roberto Marinho, no prefácio de *Jornal Nacional: A notícia faz história*. “É parte de uma tradição que começou bem antes de setembro de 1969, quando foi ao ar pela primeira vez. Suas raízes estão nos dois jornais criados por meu avô, Irineu Marinho: *A Noite*, em 1911, e *O Globo*, em 1925”.¹⁷

Num clã de jornalistas, como a família Marinho, não era de se surpreender que o carro-chefe para a empreitada de integração nacional, proferida há tanto tempo, fosse mesmo o telejornalismo. O Jornal Nacional foi lançado para competir com o *Repórter Esso*, da TV Tupi. Era parte estratégica de um ambicioso projeto de Walter Clark e José Bonifácio de Oliveira Sobrinho para transformar a Globo na primeira rede de televisão do Brasil. O objetivo era gerar uma programação uniforme para todo o país, diluindo, assim, o custo de produção dos programas.¹⁸ Muniz Sodré analisa esse período:

A partir de 1969, concentrando-se a produção de programas no Rio de Janeiro (numa linha carioca para todo o país) e ampliando-se a rede de operações em bases norte-americanas (isto é, ligações contratuais com emissoras independentes, ditas ‘afiliadas’ nos demais estados), começou a impor-se a Rede Globo de Televisão (Sodré, 1984, p. 102).

O assunto também foi objeto de estudo de Beatriz Jaguaribe:

¹⁷ Marinho, João Roberto. No prefácio de *JN – A notícia faz história*. 2006.

¹⁸ *JN – A notícia faz história*, 2000, p.28

Como fonte principal da construção da comunidade imaginada, a Rede Globo de televisão, como já foi tantas vezes narrado, conheceu uma expansão extraordinária durante a década de 1970. Fincando antenas em todo o território nacional, colocando a telinha nos recantos mais míseros do Brasil, a Rede Globo, por meio de sua grade de programação, foi a grande articuladora da invenção do cotidiano nacional midiático (Jaguaribe, 2007, p.111).

Quando o Jornal Nacional foi lançado, o desafio era grande: fazer um telejornal para que 56 milhões de brasileiros tivessem mais coisas em comum, além de um idioma.¹⁹ Carlos Eduardo Lins da Silva recorda o clima de novidade que existia no mercado, na época em que o Jornal Nacional foi concebido:

Aquele seria o programa de prestígio da casa. Para que tivesse uma audiência garantida, ficaria espremido entre duas telenovelas, já então o gênero mais popular. De forma que desse a dona de casa o tempo certo para colocar o jantar na mesa e ao chefe de família a chance de inteirar-se, mesmo que superficialmente, dos principais assuntos do dia. O importante era manter o fluxo da audiência, demonstrar força com um programa que atingisse todo o Brasil ao mesmo tempo e extrair prestígio do noticiário (Silva, 1985, p. 35).

A edição nacional do telejornal da Rede Globo passava a ser apresentada de segunda a sábado às 19h40, simultaneamente nos estados do Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Guanabara, Minas Gerais e Distrito Federal. Xavier (2000) conta detalhes daquela segunda-feira, 1 de setembro de 1969, data em que foi ao ar o primeiro telejornal exibido com regularidade, em rede nacional e ao vivo, da televisão brasileira.

Às 19h56min, o locutor Hilton Gomes abriu o programa anunciando: “O Jornal Nacional da Rede Globo, um serviço de notícias integrando o Brasil novo, inaugura-se nesse momento: imagens e sons de todo o Brasil” (Xavier, 2000, p. 171). O apresentador Cid Moreira ocupava o outro posto da bancada. Naquela época, possivelmente nem ele, que viria a se tornar um símbolo da longevidade do telejornal, poderia imaginar a trajetória que estava por vir.

A primeira notícia informou sobre os nomes dos ministros que estavam governando o país, uma vez que o presidente da república, Costa e Silva, estava afastado devido a uma “crise circulatória com manifestação neurológica”. Já na estreia, foram ao ar imagens de Porto Alegre, São Paulo e Curitiba. Entre os destaques internacionais, a notícia da morte do boxeador e campeão mundial dos pesos-pesados Rocky Marciano. A edição mostrou ainda as primeiras imagens das

¹⁹ Maior, Marcel Souto. Almanaque da TV Globo, 2006, p. 61.

obras de alargamento da praia de Copacabana e a previsão do tempo. No futebol, o gol número 979 da carreira de Pelé, que garantiu a classificação da seleção brasileira para a Copa de 1970, no México. Ao encerrar a primeira edição do programa, Cid Moreira se despediu: “é o Brasil ao vivo, aí na sua casa. Boa Noite”. Era a primeira vez, entre milhões de outras que se seguiriam, em que o Jornal Nacional cumprimentava as famílias brasileiras.

O Jornal Nacional assumia um lugar de destaque no cotidiano dos brasileiros. Sentar-se diante da TV para assistir à síntese das principais notícias do dia no Brasil e no mundo tornava-se rotina para muitas famílias. “Não é um telejornal para ficar fazendo entrevista. É para resumir o dia do mundo e do país. A dimensão dele é perfeita – compacto e com exibição no horário do jantar. A prova deste sucesso é a acolhida que o Jornal Nacional tem”.²⁰ A afirmação é do ex-diretor de jornalismo da Rede Globo, Evandro Carlos de Andrade, em entrevista publicada na Revista Imprensa, em 2000. Naquele ano o noticioso tinha um público cativo de cerca de 15 milhões de pessoas espalhadas por todo o país.

Entre os vários estudos já realizados no Brasil sobre o telejornalismo de rede e os efeitos de seu conteúdo sobre a forma como a população compreende a realidade, o Jornal Nacional esteve no foco de muitas análises. Inúmeros autores, entretanto, preferiram abordar o seu papel político, deixando em aberto algumas questões ligadas à identidade, à afetividade e à audiência. Uma das exceções é o trabalho de Lins da Silva (1986), realizado em duas comunidades de trabalhadores. Os resultados dessa pesquisa sugerem que os telespectadores apresentam uma capacidade de crítica diante das notícias veiculadas, e que a influência do Jornal Nacional sobre os cidadãos comuns não é tão grande como geralmente se supõe. Lins da Silva também discute sobre a importância do Jornal Nacional como uma das poucas fontes de informação para a população das notícias de fora da comunidade. “Tal importância decorre do fato de que é ele o único meio através do qual elas podem inteirar-se dos acontecimentos de fora de sua cidade”. Da sua cidade, elas sabem que contam com os outros meios de informação e com relatos de amigos e vizinhos. O problema são os fatos de fora.

Neste capítulo, rememoramos as estreias dos primeiros programas telejornalísticos brasileiros, abordamos as dificuldades técnicas enfrentadas pela

²⁰ Andrade, Evandro Carlos. Evandro Carlos de Andrade explica o que mudou no jornalismo da Globo. *Revista Imprensa*, 2000, p.20.

indústria da televisão em seus primórdios e a instalação de uma rede nacional de televisão, unindo o país. Também abordamos o caso específico do Jornal Nacional, cuja experiência da Caravana JN se apresenta como objeto de estudo desta pesquisa.

No próximo capítulo teremos a oportunidade de falar sobre a audiência do Jornal Nacional, utilizando como base os resultados pesquisados pelo Ibope junto à população, cujos dados foram cedidos pelo Instituto especialmente para esta dissertação de mestrado. Além de identificarmos quem são os telespectadores do programa, pretendemos investigar como acontece a interação do público com o Jornal Nacional, o que será feito no capítulo imediatamente posterior, por intermédio da análise de dados coletados no trabalho de campo, nas entrevistas feitas com uma amostra dos espectadores.