

Flagrantes em Tela: A Televisão na Bahia (1960-1985)

Neste estudo procuramos compreender algumas articulações políticas, econômicas e sócio-culturais tecidas no processo de implantação e desenvolvimento da televisão no cenário baiano do período que envolve os anos 60 até o ano de 1985, considerando-se as relações com o cenário nacional e as especificidades locais que marcam a emergência e implementação deste sistema de comunicação no estado.

Palavras-Chave – Bahia, Cultura, Televisão, Implantação e Expansão.

Rita de Cássia Aragão Matos é Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Facom/UFBA, membro do Centro Multidisciplinar de Estudos em Cultura e Professora do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade e do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Professor Milton Santos da UFBA. (rivalta@uol.com.br)

Esta pesquisa conta com a participação dos bolsistas do Programa de Educação Tutorial Daniela Avelar Porto Andrade, Leonardo da Silva Cavalcante, Brisa Freire Neves, Iane Macedo Araujo.

Apresentação

O sistema televisivo expandiu-se durante os anos 50 e 60 nos países ocidentais. No Brasil esta expansão é notória ao longo do regime militar, assumindo o protagonismo no campo cultural no Brasil contemporâneo. Tal centralidade articula-se à crise do pensamento crítico e formas de organização clássicas, sobretudo ao longo dos anos 60 até a primeira metade dos anos 80. Para compreender o desenvolvimento do campo midiático consideramos fundamental a análise articulada de um conjunto de elementos dos diversos campos que constituem a realidade: a esfera cultural, a política, a economia em sua tessitura com as mudanças históricas.

Este estudo, portanto, centra-se na análise da configuração do campo midiático na Bahia, mais especificamente no desenvolvimento da TV e os enlaces com os diversos campos que permitem a compreensão de sua inscrição no cenário baiano.

Caminhos da Televisão no Brasil

A primeira metade do século XX consolida o processo de globalização não apenas de bens materiais mas sobretudo das produções simbólicas. A indústria cultural americana protagoniza a internacionalização do mercado. Ao longo deste processo de expansão, alguns estudos são realizados em países vizinhos aos EUA a fim de diagnosticar a potencialidade da expansão do mercado de bens simbólicos, em espacial da TV, bem como a sua viabilidade econômica. Os



Apesar desta orientação, a TV Tupi é inaugurada em 1950, em São Paulo, sob a liderança de Assis Chateaubriand, tendo sido pioneira em toda a América do Sul. Numa primeira fase a emissora procura construir uma identidade própria, em meio à popularidade do rádio, do prestígio do teatro e do sucesso do cinema estrangeiro. Não obstante enfrente o desafio próprio de ser a primeira Tv implantada no país, a TV Tupi, já em 1957, consolida-se como novo sistema de comunicação.

Negligenciando as orientações dos saberes técnicos, ele requisita os equipamentos necessários para a montagem da primeira emissora de televisão da América do Sul à RCA americana. Um ano após sua inauguração, a TV Tupi seria captada por cerca de sete mil aparelhos receptores instalados no Rio de Janeiro e São Paulo. Tendo em vista a população do país, cerca de 52 milhões de pessoas, sendo que destes 64% permaneciam na zona rural, o número de aparelhos receptores era extremamente limitado, confirmando as previsões iniciais de que as condições para a instalação da televisão no Brasil ainda eram bastante precárias. Tal precariedade caracterizava-se pela inexistente infra-estrutura para a transmissão das imagens, poucos estímulos à indústria eletro-eletrônica, um público ainda bastante limitado, e um mercado publicitário incipiente.

A aposta no novo é a marca da febre desenvolvimentista dos anos dourados, em particular do Governo Juscelino Kubitschek. Após a febre dos anos dourados e das incertezas provocadas pela renúncia de Jânio Quadros, inicia-se o conturbado governo de João Goulart, deposto pelo Golpe de 64.

.....

O projeto político-cultural de integrar o Brasil é um dos principais elos de ligação entre a audaciosa proposta da TV e os governos militares. O projeto de integração já apontava, desde aquele momento, para a estratégia de incorporar setores descontentes e marginais da sociedade brasileira através de um discurso homogeneizante, pautado em formas padronizadas do consumo material e aspirações imaginárias.

Ao longo da década de 60 até a primeira metade dos anos 80 a televisão brasileira persegue seu objetivo de reforço à unificação simbólica. Tal consolidação acontece no bojo do recrudescimento do regime militar e à consolidação do “milagre brasileiro”, resultante do modelo econômico liderado pelos governos militares, cuja base pautou-se na subordinação do desenvolvimento do país aos interesses do capitalismo internacional.

O setor automobilístico e de eletroeletrônica impulsionam o desenvolvimento econômico local, além da consolidação do setor siderúrgico, a expansão da produção de energia elétrica e a indústria petroquímica. Ampliam-se os setores chamados de “colarinho branco”. Com a expansão de grandes empresas, cria-se uma demanda de altos executivos. Contudo, ao mesmo tempo, cresce, de modo substancial, a concentração de renda e a exclusão social da grande maioria da população brasileira. Ao mesmo tempo, a modernização do parque industrial, concentra-se no eixo Centro-Sul do país.

Paralelo à expansão desordenada dos grandes centros urbanos, ao avassalador processo de migração, aprofunda-se a crença em um país construído no interior de um discurso voltado para o ideal de desenvolvimento, de modernização. Em meio ao discurso do regime autoritário, a TV fala para os brasileiros. Sinaliza com as possibilidades abertas pelo sofisticado sistema bancário que se amplia. Acena com a criação de um ambicioso projeto voltado para o financiamento de imóveis. Capitaliza o desejo da posse do automóvel.

Aos segmentos precarizados, torna-se possível pleitear o passaporte de entrada para os setores sociais integrados, na medida em que, ao menos imaginariamente, podem imitar seus padrões de consumo. Se há grandes dificuldades de ascensão social, por outro lado, as possibilidades parecem sorrir, em especial do interior da vitrine doméstica. Constrói-se discursivamente uma fachada de país em desenvolvimento. Desnecessário reafirmar que a televisão brasileira será fundamental para a consolidação de tais operações simbólicas.

Ao longo do processo de propagação da ideologia desenvolvimentista dos governos militares, durante a década de 70, a Rede Globo passa a absorver cerca de 40% das verbas publicitárias de todo o país. Sua ousada organização consolida práticas empresariais inspiradas em modelos vigentes nas empresas de comunicação americanas e coadunam-se com as políticas reforçadas ao longo do regime de exceção.

Por certo, uma vez mais, é necessário sublinhar que na construção de uma sintaxe televisiva, de uma gramática audiovisual consolidada pela TV, diversas estratégias simbólicas inseridas no campo da indústria do entretenimento imbrincam-se para consolidar esta produção discursiva: revistas, emissoras de rádio, jornais diários, suplementos de informações sobre televisão, reforço sobre o mundo dos “olímpicos”. Ao mesmo tempo, as imagens do Brasil exibidas na

tela da TV aproximam cada vez mais sua referência do eixo Centro-Sul modernizado. Portanto, há todo um contexto sócio-cultural que fermenta o novo espaço ocupado pela televisão no Brasil.

É importante lembrar que o regime militar possibilitou um significativo crescimento do sistema de telecomunicações. A EMBRATEL, Empresa Brasileira de Telecomunicação, é criada em 1967. Assim, a popularização da televisão acontece rapidamente. Ao longo de trinta anos, a venda de aparelhos passa de dois mil em 1950 para cerca de vinte milhões em 1980.

Não por acaso, se no ano de 1972 os aparelhos a cores custavam cerca de 20 salários mínimos, em 1970 o preço decresce e pelo menos 27% das residências já contavam com um aparelho de tv. Em 1971 este percentual cresce para 31%; 35% em 1972 e chega a 43% em 1974, ano de mais uma Copa do Mundo de Futebol. A febre pelo novo aparelho é visível em cada bairro popular onde, apesar das condições de precarização material, elevam-se as antenas.

A ação dos governos militares sobre o Código Brasileiro de Telecomunicações tem como meta interligar o país através de sistemas de telex, telefonia e, obviamente, do sistema de televisão. Em 1967 surge o Ministério das Comunicações. Todas estas inovações criaram as condições para que, em junho de 1970, 90 milhões de brasileiros partilhassem, pela primeira vez, o prazer instantâneo de segurar a taça do campeonato mundial de futebol, assistindo, através de 63 emissoras nacionais, ao espetáculo transmitido via satélite, diretamente do México.

Estas observações acentuam as transformações no interior da sociedade brasileira. Intensifica-se o jogo de forças dos grupos hegemônicos e novas idéias são plasmadas para reforçar novas sociabilidades. Se em anos ainda muito próximos a sociedade brasileira assentava-se numa tradição rural, marcada pela quase inexistente idéia de nação, é a partir sobretudo dos anos 60 e 70 que o mapa da realidade brasileira sofrerá profundas modificações, e a televisão aparecerá como grande catalisadora de tais mudanças. A televisão brasileira constitui-se como a matriz-propagadora do sentido atribuído à idéia de Brasil e de um novo processo de modernização.

.....

Mídia e Modernização na Bahia

Há, hoje, uma considerável bibliografia acerca da configuração do campo midiático no Brasil, em especial da TV, no entanto ainda são escasso os estudos regionais/locais. Mais que isto, evidenciamos que são ainda restritos os estudos sobre o período compreendido entre as primeiras décadas do século XX até os dias atuais na Bahia. Tendo em vista este vazio, procuramos, através deste estudo, contribuir para uma compreensão acerca da articulação entre política, economia, sociedade e cultura. Para tanto, nossa porta de entrada é o desenvolvimento da televisão no estado.

O objetivo deste estudo é, pois, discutir a emergência da chamada contemporaneidade na Bahia, particularmente o período compreendido a partir da segunda metade do século XX. Para isto, consideramos imprescindível analisar as conexões entre a emersão e desenvolvimento do campo midiático e suas articulações com os diversos campos que compõem a cena baiana.

No Brasil, como sabemos, a centralidade da TV amplia-se desde as décadas de 60 e 70, consolidando-se nas décadas de 80 e 90. Como esta centralidade vai se configurando na Bahia

dos anos 60 até o ano de 1985, período a ser investigado, cujo recorte obedece à inauguração da TV Itapoan na Bahia, em 1960, contexto que antecede em alguns anos o Golpe de 64, até o fim do regime de exceção, já na segunda metade dos anos 80? Como articular a dimensão midiática, em particular o sistema televisivo, e a Bahia política, a dimensão econômica, as manifestações da cultura, o mundo social?

O cenário de Emergência da TV na Bahia

Como sabemos, para alguns estudiosos, a Bahia experimenta um período de letargia econômica e política desde o final do século XVIII até a primeira metade do século XX. Sua capital, Salvador, sediou o Governo Geral do Brasil até 1763, quando acontece a transferência da capital para o Rio de Janeiro. A partir daí a capital da Bahia sucumbe, segundo algumas análises, a um longo processo letárgico.

Enquanto nas duas maiores cidades brasileiras, Rio de Janeiro e São Paulo, acelera-se o processo de industrialização e urbanização, em Salvador observa-se a perda de importância para o cenário nacional desde a Revolução de 30, denominada por vários membros da elite baiana de “Revolução Madrasta”.

As transformações operadas sobre tal realidade somente despontariam na década de 1950 com a descoberta e exploração do petróleo em municípios circunvizinhos à capital, o que eleva a Bahia à posição de maior produtora de petróleo do país durante o período. O boom do petróleo estimulou o crescimento urbano da capital e de outras cidades e acelerou seu processo de modernização.

A inspiração modernista renasce no Pós-Guerra, em particular durante os anos 50 e 60, período do “renascimento baiano”. Assim durante o Governo de Otávio Mangabeira, iniciado em 1947, Anísio Teixeira, um dos fundadores da primeira universidade brasileira, assume a Secretaria de Educação e inaugura a Escola Parque. Walter da Silveira lidera o Clube de Cinema. Edgar Santos está à frente da ousada Universidade da Bahia. Uma geração de artistas e intelectuais emerge neste cenário. Nomes como Caetano Veloso, Gilberto Gil, Florisvaldo Matos, João Ubaldo Ribeiro, Glauber Rocha agitam a cidade de São Salvador.

Tal cenário demanda um novo lugar para as mídias locais. Deste modo, em 1958 é inaugurado o Jornal da Bahia por João Falcão, empresário ligado ao PCB e mentor de um novo diário que irá movimentar o cenário cultural baiano daquele momento. O antigo Diário de Notícias, ligado ao Grupo Diários Associados, de propriedade de Assis Chateaubriand, mesmo grupo que vai inaugurar a primeira emissora de TV local, passa a publicar um importante suplemento cultural, o SDN.

O setor radiofônico deste período é ainda embrionário e a imprensa escrita não-profissionalizada. A primeira faculdade de jornalismo só seria criada posteriormente. Mas, de qualquer modo, começa a ganhar contornos mais nítidos uma nova fase na Bahia. O frenesi moderno onde os signos do novo parecem finalmente ir tomando conta da cidade não obstante as feridas desta modernização espalhem-se sobre ladeiras e praias, ruas e becos da Salvador antiga e a nova que está sendo forjada. O velho centro, antes casa dos setores abastados, vê nascer os prostíbulos e cortiços. Ao mesmo tempo, os futuros bairros da classe média são obrigados a mirar casas sem reboco e terrenos encharcados de lama e lona. Seja como for, em

meio ao caos urbano e um vertiginoso deslocamento da cidade para um novo centro, aproxima-se a vertigem da era da imagem.

A BR 324 é inaugurada neste período assim como a Hidrelétrica de Paulo Afonso. Os bondes ainda circulam mas logo darão lugar aos ônibus que passam a dominar a paisagem.

Quanto ao setor de comunicação, na Bahia três rádios dominam o cenário: Sociedade, inaugurada em 1924, Excelsior, em 1944 e Rádio Cultura, cujo início foi em 1950. Como já mencionado, não havia Faculdade de Jornalismo, os jornalistas da época, também na Bahia, possuíam formação diversificada: advogados, professores, escritores, jovens estudantes. No rádio, o “Repórter Esso”, lançado em 1941, fazia sucesso e duraria até 1968. As radionovelas que seriam substituídas posteriormente pelas telenovelas, tinham o poder de reunir as pessoas à sua volta.

Quanto ao comportamento, além de alguns bares e restaurantes, dos clubes sociais e do Cinema além do hábito de ver futebol, jovens costumavam participar de programas na Rádio Sociedade da Bahia, que então localizava-se na Rua Carlos Gomes. Na rua Chile, Carlos Gomes, Avenida Sete de Setembro, Avenida Joana Angélica localizava-se o forte comércio da capital superado com a chegada dos shopping centers, já nos anos 70.

É neste cenário que acontece a inauguração da TV Itapoan, a primeira emissora de televisão da Bahia, de propriedade dos Diários Associados. Deixa entrever o início da consolidação deste outro momento. Antes da inauguração propriamente, duas transmissões em 1956, de uma missa na Conceição da Praia e de um show de artistas da Rádio Sociedade, são falas fundadoras do que viria a ser a televisão na Bahia.

Com efeito, não significou pouca coisa a presença de cerca de 20 mil pessoas em visita às instalações da emissora no ato inaugural. Vale contudo sublinhar que seu impacto não foi visto como positivo por setores importantes a exemplo do comércio que protesta em função da audiência cujo desdobramento seriam, em sua perspectiva, as baixas vendas.

Primeiros anos

O cenário de inauguração da novidade é construído através da publicação de anúncios publicitários no Diário de Notícias reforçando o desejo pelo novo equipamento, o aparelho televisor, e do pronunciamento do então governador Antonio Balbino, amigo de Chateaubriand. Vale lembrar que em 1956 são espalhados aparelhos de TV pela cidade para que os baianos vejam a experimentação da TV na Bahia. Era 08 de dezembro de 1956. No dia seguinte, centenas de pessoas dirigiram-se à Praça da Sé, Rua da Ajuda e outras localidades para ver pela Tv o canto do Hino Nacional.

Odorico Tavares, diretor do Diário e Emissoras Associadas, prepara a chegada da TV, enaltecendo a modernização da Bahia 15 dias antes de sua inauguração. Também em uma página inteira do Diário de Notícias, é estampado o convite para o grande dia. O símbolo da TV Itapoan, um menino índio, frequentará as páginas do diário por anos. Já o radialista Manoel Canário, em seu programa “Clube dos Brotos” convidava a todos para o grande evento.

Era final da tarde quando cerca de 100 pessoas entre jornalistas, autoridades, artistas como o governador Juracy Magalhães, o vice-governador Orlando Moscoso, o prefeito Heitor Dias, a Miss Bahia Eliana Miranda, a apresentadora Hebe Camargo, o diretor presidente da emissora

Pedro Ribeiro, o diretor geral das Emissoras e Diários Associados no Brasil, João Calmon, dirigiram-se ao Edifício Lafayette Coutinho, na Rua Ferreira Santos, para participar da inauguração da TV Itapoan.

Em meio ao frisson e já no ritual da bênção do cardeal Augusto Álvaro da Silva, uma queda de energia provocou uma polvorosa. Foram vinte minutos às escuras até o problema ser resolvido.

Carlos Frias, da TV Tupi, abriu a solenidade e leu a mensagem do recém eleito presidente Janio Quadros e do então presidente Juscelino Kubitschek. O governador da Bahia ofereceu um banquete no Palácio da Aclamação do qual participou entre outros o ex-governador Antonio Balbino. As lideranças políticas eram aliados importantes para o novo espaço de tessitura do poder.

Primeiros anos: Improviso

No início da TV Itapoan, seguindo um roteiro já encenado por outras emissoras no Brasil daquela época, imperava o improviso. Técnicos de áudio e luz, cinegrafistas, apresentadores, garotas propaganda. Fios atravessados pelo estúdio, ajuste de luz, temperatura alta no ambiente e muito medo de incêndios, como já havia acontecido em outras emissoras do país. Cameras eram levadas de um lado a outro. Os novos profissionais de TV percorriam o estúdio decorando textos. Decoravam falas de comerciais para vender produtos como o achocolatado Alimbinha, Tody ou do biscoito Mirabel. Era o início do mercado publicitário na Bahia.

Como numa comédia pastelão, as gafes eram rotina. Desde o tropeço e queda de pessoas enroladas em fios que atravessavam o espaço do estúdio, a garotas propaganda que engoliam moscas ou, ainda, a queda de sofás na propaganda da loja de móveis. Moscas eram visitantes inoportunas e constantes uma vez que no bairro da Federação a modernidade da TV convivia com a tradição dos currais.

Era o início dos anos 60, calças com suas bocas de sino, vestidos tipo tubinho e “coques” no cabelo, desfilavam no estúdio. A moda se fazia presente naquele que seria um dos principais *locus* de inspiração das novas formas de sociabilidade.

Em meio aos técnicos locais vestidos com suas camisetas exibindo ao centro a logomarca da empresa, o indiozinho da Itapoan, técnicos contratados no Centro-Sul orientavam os calouros sobre o funcionamento dos novos equipamentos.

Eram dois estúdios na TV Itapoan. Não raro, um mesmo espaço servia de palco para mais de um programa. Ao mesmo tempo, gravações produzidas no eixo Centro-Sul, da Tv Tupi, eram assistidas e neste processo ampliavam-se as referências de um Brasil que se via com as lentes do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Dos pioneiros das filmagens de externas como um jogo de futebol no recém inaugurado estádio da Fonte Nova, signo de modernidade do governo Otávio Mangabeira, orgulho arquitetônico da Bahia, exigiam esforço dobrado da equipe escalada para a cobertura. Neste momento a crônica esportiva baiana, oriunda do rádio e que passava a integrar o staff televisivo, contribuía para dar ainda maior visibilidade a um acontecimento. Todo este esforço faz parte da memória, apesar do pouco acesso às primeiras imagens da TV uma vez que haviam poucos aparelhos e a rotina seguia na Bahia sem que a TV causasse grande impacto.

Ao mesmo tempo, se, hoje, vivemos o ápice dos rituais das celebridades midiáticas, desde o início este é um cardápio que atrai o paladar do público televisivo desde seus primeiros momentos. Vale lembrar que as beldades do cinema, do rádio e do teatro são estrelas a brilhar em capas de revista, cartazes de filmes, jornais e emissoras de rádio, além de revistas nacionais e internacionais. Neste diapasão, na TV da Bahia daqueles tempos, um evento como o casamento de uma Miss Brasil mobiliza diversos profissionais para que realizem um maratona a fim de fazer chegar ao público o ritual das núpcias da bela Marta Rocha. Da igreja de São Bento até o bairro da Federação, o material gravado tinha que passar de mão em mão, ser revelado sob as antigas técnicas que incluíam secagem e colagem com pedaços do acontecimento. Enquanto isso, redatores produziam o texto a ser falado e sobreposto às imagens.

Sobre isto, vale dizer que se, hoje, a equipe de reportagem reúne além do motorista o cinegrafista e o repórter, em seus primeiros tempos a captação de imagens externas era feita pelo cinegrafista sem a presença do repórter. A câmera de 16 milímetros em geral não gravava sons ainda. Após a análise das imagens os profissionais que permaneciam na emissora redigiam um texto para ser sobreposto às imagens e em seguida realizava-se a edição.

A carência de profissionais era absoluta. Não haviam técnicos qualificados ou equipamentos em número suficiente. O imprevisto no processo de implementação da TV no Brasil repete-se de Norte a Sul do país. Não havia, ademais, espaço no estúdio para as produções, e o atraso no recebimento do material vindo do eixo Centro-Sul era uma constante. Um mesmo repórter cobria ao menos seis a oito pautas diárias.

Se haviam jornalistas locais oriundos, em sua maioria, do jornalismo impresso e do rádio, foi necessário importar e treinar gente para tornar-se cinegrafista, iluminador, cenógrafo, repórter de TV, apresentador. Estes profissionais eram necessários para o aperfeiçoamento da produção televisiva baiana que dá sinais de que está se consolidando quando amplia sua grade, oferecendo programas durante o dia e à noite.

Se a aquisição de aparelhos de Tv ainda é um sonho de consumo distante para a grande maioria do público brasileiro em geral e baiano em particular, algumas estratégias para a sedução do olhar e a excitação do desejo são acionadas, a exemplo do aparelho de TV postado diante da emissora, no bairro da Federação, o qual atraía um público curioso e fascinado pela novidade tecnológica.

Para os afortunados, aqueles que adquiriram os primeiros aparelhos de TV e para os remediados, excitados com a novidade mas sem poder de compra, a curiosidade pousa sobre a logomarca da empresa RCA, produtora de equipamentos, que descansa sobre a tela sem movimento até o início da programação. Se, hoje, a imagem digital permite um padrão de definição irretocável, naquele momento a imagem é deformada, o tom preto e branco impera até a chegada da cor na TV. Naquele momento, o início da programação é reconhecido através da música instrumental e da imagem do índio passeando sobre a tela.

O gosto do público vai sendo formatado através de produtos da indústria da cultura de massa em expansão, de filmes como “Fúria”, “O Homem sem Braço”. Telenovelas, que em breve serão o produto mais sofisticado, como “O amor tem cara de mulher”. No incipiente mercado das celebridades despontam Yoná Magalhães, estrela do cinema de Glauber Rocha, Helena Inês, Paulo Porto, Heloisa Helena dentre outros.

O mercado de consumo na Bahia amplia-se em ritmo lento. Agências de publicidade como Maricesar, Argus e JJ incrementavam o negócio da publicidade. O Diário de Notícias, jornal do

Grupo Associados, passa a anunciar além de produtos como aparelhos de rádio, biscoitos, vestuário e refrigerantes, o aparelho de TV que, nos primeiros anos, tem um valor muito alto, como de resto toda nova tecnologia recente mas que, como de praxe, vai sendo barateada na medida em que se populariza. Marcas como Philips, Philco, Standart Eletric, são os novos gadgets.

Com efeito, se em um primeiro momento a adesão do mercado ao novo sistema de comunicação não é imediata, há poucos anunciantes e um público pífio, uma intensa campanha do Diário de Notícias e da Rádio Sociedade reforça a idéia de que a TV é um símbolo de desenvolvimento, de modernidade.

Ao mesmo tempo, expande-se a idéia de que a modernidade na Bahia precisa ser tecida não somente com a implantação da TV, com a aquisição de produtos, a assimilação de uma lógica de consumo, mas a partir de mudanças arquitetônicas, de novos comportamentos, de novos gestos simbólicos. Para isto, o Grupo Associados pensa largo. É preciso criar espaços para o trânsito deste novo grupo. Não por acaso foi projetado um restaurante sobre a torre da Itapoan para atender a este novo público consumidor, amante das tecnologias, da modernidade. Contudo, vale dizer, o projeto não se concretizou.

É, pois, no solo de uma modernidade fomentada em meio à seca que dizima milhões, ao silenciamento da memória histórica de lutas e tragédia sociais como Canudos que a TV vai sendo assimilada. Assim, junto aos equipamentos importados e profissionais modernos, junto a produtos simbólicos que dizem sobre a nova cultura de consumo que irrompe a cultura fraturada da exclusão e do grotesco. Com isto, nos primeiros programas de calouro já se observa o pastiche na figura de um anão espetando com um tridente os candidatos desclassificados. Por outro lado, o público tem mobilizado o desejo ao se deparar com a bela moça que acompanha o candidato que teve melhor sorte até uma confortável poltrona e deliciar-se com o guaraná Fratelli Vita.

Tridente para o inferno e beleza, conforto e fartura para o céu. O programa Céu e Inferno mobiliza desejos e expectativas, lançando no incipiente mercado televisivo das celebridades novos nomes. Neste diapasão, são criados novos programas de calouros: “Show dos Novos”, “Escada para o Sucesso”. Este último embala as noites de domingo, das 21:30 até as 22h. Ao mesmo tempo, amplia-se o mercado fonográfico.

Uma curiosidade: no final da programação, Caymmi entoava o “Boi da cara preta”. As crianças que brincavam nas ruas de bolinhas de gude, peão, carrinhos de madeira ou bonecas de pano, aos poucos passavam a ter acesso à programação da TV e aos novos brinquedos industrializados, agora exibidos na sala de estar.

A efervescência vivida pela Cidade da Bahia durante o final dos anos 50 e início dos anos 60 chegaria ao fim com o Regime Militar cujo impacto será profundo no cenário da Boa Terra. No âmbito cultural terá como desdobramento a desarticulação do ambiente criativo e a diáspora de artistas e intelectuais. A paisagem baiana mais uma vez vai se tornando árida e o contexto potencializa, à sua maneira, a dominação do circuito da grande mídia.

Junto à diáspora de artistas e intelectuais, a repressão encarniçada a lideranças políticas e ao movimento estudantil, o Regime instalado em 1964 percebe a importância do campo midiático para sua expansão e permanência. Não por acaso no cenário nacional a cultura midiática será hegemônica desde os anos 70 até os dias atuais. Por certo, a predominância de um tipo de cultura dominado pela lógica dos grandes meios de comunicação de massa, uma lógica pautada

no lucro e no processo de massificação dos produtos culturais, condiciona mudanças profundas na dinâmica da sociedade, em suas variadas dimensões: política, econômica, cultural enfim, no cotidiano dos sujeitos. Este movimento está entrelaçado a toda uma dinâmica global e suas implicações sobre a realidade brasileira.

TV Aratu: quase 10 anos depois

Com o Regime Militar a Televisão no Brasil passa a ser um espaço estratégico para a consolidação do projeto de modernização excludente ao longo dos anos 70 e 80. Neste processo, acentua-se a censura e o monitoramento permanente dos programas a serem veiculados na TV em geral e na única emissora baiana, a TV Itapoan. Amplia-se a censura operada a partir das emissoras matrizes.

A Bahia assistirá ao crescimento do sistema televisivo acompanhando o cenário nacional cuja marca é uma política de integração simbólica. Para tal integração cresce a necessidade de ampliação do sistema televisivo. É neste cenário que a TV Aratu é inaugurada na Bahia na noite de 15 de março de 1969. Sua fala fundadora foi o discurso do presidente da República Coronel Costa e Silva.

Assim, após nove anos reinando sozinha, com uma programação limitada a três horas, não raro repetindo programas e improvisos, chega à Bahia sua segunda emissora de TV. Não por acaso havia insatisfação com relação à programação da Itapoan cujas promessas quanto à oferta de programas muitas vezes não eram cumpridas, além do que, por diversas vezes o horário de início da programação atrasava. Faltavam não apenas equipamentos mas material básico de consumo como papel.

Pioneiros da TV na Bahia como José Jorge Randam, Francisco Aguiar e Carlos Libório dividiam o tempo entre a TV e o jornal impresso ou o rádio. Francisco Aguiar desdobrava-se entre a Rádio Sociedade, do jornal O Estado da Bahia e a editoria-chefe da Itapoan. Luis Prisco Viana, por sua vez era correspondente da UPI na Bahia. Ivan Pedro estava à frente do programa esportivo Jogão do Robertão. À época várias vezes Ivan Pedro dirigia-se ao aeroporto e apanhava o material produzido pela TV Tupi e, ao meio dia, em não havendo atraso, o programa entrava no ar. Já Antonio Sampaio será um dos primeiros profissionais a ser contratado pela recém inaugurada Aratu para estar à frente da editoria de esportes.

Lembre-se que os empresários da Tv Aratu eram figuras ligadas ao setor bancário, a exemplo de Milton Tavares, Luis Viana Neto, Humberto Castro, Carlos Alberto Jesuino. O governador da Bahia Luis Viana Filho estará presente na abertura da emissora. As íntimas relações entre política e Tv na Bahia são evidentes. No caso da Tv Aratu, vale sublinhar que o filho do governador é um dos proprietários da nova emissora de TV no estado.

A logomarca da TV Aratu é, desde o início, um galo. Embemático ser o autor da música da TV Aratu também autor de um dos hinos do regime militar em sua relação com o futebol: Pra frente Brasil.

Um fato curioso é que no dia da inauguração chovia muito. O bairro ainda carecia de pavimentação; deste modo, o acesso às dependências da emissora era difícil e a inauguração que deveria acontecer no endereço da TV no bairro da Federação foi realizada no Hotel da Barra onde autoridades, artistas, o público em geral aguardava o grande acontecimento. Marcas de uma modernidade feita sob currais e baionetas.

Um nome de destaque no processo de implantação da nova emissora é David Raw, contratado pela TV Aratu para assumir a direção da programação e a direção comercial. Era homem de bom trânsito no meio empresarial e artístico e é um dos responsáveis por negociar a retransmissão do programa do Chacrinha para a TV Aratu. O que agradaria ao público.

Sem embargo, a Aratu investe não somente na transmissão de programas como Chacrinha mas também na cobertura de eventos e problemas locais. Percebia-se ali algo que o rádio já havia observado: que as questões locais mobilizam o interesse do público.

Programas como “Maratona da Bondade”, “A Noite dos Namorados” e “Arraial do Galo”, além de concursos variados vão imprimindo uma marca à nova emissora. São precursores do que seriam programas que, hoje, potencializam o mercado das chamadas celebridades comuns: anônimos que se tornam celebridades, ainda que de modo efêmero.

O diretor técnico Alberto Maluf, engenheiro de formação, tornou-se encarregado de coordenar a instalação dos equipamentos da emissora bem como responsável pela obra que resultou nas instalações da TV Aratu.

Como não poderia deixar de ser, também a Aratu sofreu com a falta de pessoal técnico habilitado. Assim, viveu situações como a tensão vivida pelos primeiros apresentadores, pelo manuseio de equipamentos etc. Ao mesmo tempo, abria espaço para que novos profissionais pudessem fomentar a formação técnica para os profissionais requisitados. Assim é que a atriz Nilda Spencer ministrava curso de dicção para o pessoal da TV.

Em 1972 a nova tecnologia da transmissão em cores vai revolucionar a TV no Brasil. A Aratu será pioneira uma vez que era a retransmissora da Rede Globo. Com efeito, o chamado efeito de real irá aprofundar a promessa de devolução a realidade aos sujeitos. Ao mesmo tempo, a indústria da beleza será intensificada a partir da nova estética inscrita na TV a cores. Intensificar-se-á o padrão globo de qualidade.

Enquanto a TV Aratu amplia sua inserção, acontece o primeiro incêndio da Itapoan, em 1975. Quase todos os equipamentos e arquivos foram destruídos pelo incêndio ocorrido na madrugada de 17 julho daquele ano.

A última transmissão fora uma partida entre Vitória e Botafogo. Duas horas depois o incêndio começara. Um público atônito concentrava-se na frente da emissora. O fogo só seria controlado às primeiras horas da manhã do dia seguinte. A TV Itapoan estava destruída.

O reinício das atividades aconteceria no ano seguinte. Não por acaso vários incêndios acontecem na primeira fase da TV no Brasil. Não existiam fitas VHS. As imagens produzidas para os programas de TV eram gravadas com câmeras de 16 milímetros, produto de fácil combustão. Tais imagens viajavam pelos céus do Brasil até chegar ao seu destino nas emissoras associadas. Os acontecimentos chegavam através das imagens muitas vezes dias depois do evento. Se o rádio naquele momento era o meio de comunicação mais eficiente, mais célere, telejornais pioneiros como Repórter Esso e telejornal da Petrobrás foram precursores do longo amadurecimento do telejornal no país.

Um consolo para os profissionais envolvidos foi o fato de a Rádio Sociedade não ter sido atingida pelo incêndio uma vez que estava instalada no mesmo prédio da emissora. Nos dias seguintes, O Diário de Notícias, jornal do mesmo grupo, fomentava a disposição pela reconstrução da TV Itapoan.

Ainda anos 70

A cena urbana de Salvador está mudando com a construção da Avenida Antonio Carlos Magalhães, a nova sede da prefeitura, as avenidas de Vale. É o início de novas sociabilidades, da inauguração dos templos de consumo. O Shopping Iguatemi é inaugurado em 1975.

Neste contexto, durante quase um ano a TV Aratu reinou sozinha na Bahia até que a TV Itapoan fosse reinaugurada com um investimento de mais de vinte milhões de cruzeiros. Nas novas instalações aportavam equipamentos modernos que vieram do Japão, Alemanha e Estados Unidos. Para lidar com os novos equipamentos investiu-se também em recursos humanos. Novos técnicos foram contratados, alguns deles após a realização de cursos de aperfeiçoamento no exterior. Novos profissionais passam a figurar na reestréia da Itapoan.

A reinauguração será em agosto de 1976 com uma programação que começaria às 14 h e finalizaria à meia noite. No cardápio, programas de esporte, notícias, programas infantis, e a novidade do Programa do impagável Silvio Santos. Uma estratégia importante ampliava-se: a heterogeneidade da programação para atrair distintos públicos.

A Itapoan contra-atacava, mirando a cobertura de eventos locais. Iniciava-se na Bahia o chamado jornalismo de serviço. Imagens da chamada “baianidade” vai incorporando à TV as músicas de Caymmi, a obra de Amado, os quadros de Carybé, o tropicalismo dos Novos Baianos, a plástica afro-brasileira. Deste modo, acontecimentos locais e demandas das comunidades ganham espaço na tela. A cidade da Bahia vai sendo re-dita pela TV. Artistas como Gilberto Gil, Cynara e Cybele, Dorival Caymmi, passam a desfilar pelos estúdios da recém-recriada Itapoan. Ao mesmo tempo, nesta luta pela conquista do público, a TV Aratu aposta no fato de ser aliada daquela que se tornaria uma das mais importantes redes de TV do mundo: a Globo. Estrela maior da indústria cultural brasileira.

No campo político impõe-se o nome de Antonio Carlos Magalhães, liderança autocrática e grande mentor do maior império de comunicação do estado. Nesta dinâmica, um traço marcante será a liderança do grupo carlista e sua perspicácia em extrair da rica cultura baiana elementos para sua sustentação no poder o qual tende a ampliar-se articulado a uma rede de comunicação e tendo como carro-chefe o sistema televisivo.

Com efeito, na cena baiana a região metropolitana receberá investimentos industriais decorrentes de políticas nacionais de desenvolvimento e ao longo dos anos 1970 e 1980 são evidentes os esforços do governo federal para ampliar a matriz industrial brasileira com a criação do pólo petroquímico de Camaçari.

A maior liderança política da Bahia junto aos seus aliados dentro do estado e nas esferas federais saberão capitanear os frutos deste projeto modernizante. Deste modo é que além da dominação política autoritária, ACM cria um império empresarial constituído entre outras coisas por uma gigante da construção civil e, como não poderia deixar de ser, um império no setor de mídia.

É importante mencionar que ao longo dos anos 1970/1980, o crescimento do PIB baiano supera os índices nacionais. A modernização excludente traduz-se na paisagem da cidade. Salvador e municípios vizinhos experimentam um grande crescimento populacional. Assim é que de cerca de 200 mil habitantes em 1940, a capital baiana passa a dois milhões no início dos anos 90, chegando a quase três milhões em 2010.

Sob o signo do frenesi moderno. Da cidade que incha, dos automóveis que expulsam os bondes, do centro Histórico que é transformado em ruínas, a tecnologia vai sendo assimilada pelas emissoras de TV, expoentes de um tempo de grandes mudanças profunda segregação social. É neste tempo que o VT chega primeiro nas emissoras de vanguarda do Centro-Sul. Na Bahia a novidade chegará em 1966. Trata-se de mais uma revolução na comunicação posto que, desde aquele momento, as imagens podem ser gravadas e reproduzidas. Tal como a inauguração de grande parte dos equipamentos à época, o video-tape é um equipamento de grandes dimensões, pesado e que exige mão-de-obra especializada. Uma vez mais técnicos do Rio e de São Paulo aportam em terras baianas para dar treinamento aos profissionais primeiramente da TV Itapoan e em um segundo momento da TV Aratu.

Como não poderia deixar de ser, também o carnaval passaria a ser visto como o grande negócio do turismo. Certamente a TV vai embarcar nesta festa. O sistema de microondas será importante aliada para a transmissão da monumental festa baiana. Naqueles anos artistas como Moraes Moreira, Pepeu Gomes e Baby Consuelo dominam a cena. Sucessos como Pombo Correio movimentam o cenário musical baiano e nacional.

Ao longo dos anos 70 a TV Itapoan marcará presença na festa de Carnaval. Na Rua Chile, um dos epicentros da festa, câmeras passam a ser dispostas no Palace Hotel para transmitir as imagens do carnaval baiano. Havia apenas uma camera de microondas e os cabos do equipamento saiam do Palace Hotel e corriam pela rua. A cobertura do carnaval vai ser ampliada para a Praça da Sé, a Castro Alves e chega ao Campo Grande. Na medida em que o carnaval se desloca do velho centro para a Barra a TV seguiria o seu rastro.

Cobertura do carnaval, chegada de equipamentos e recursos humanos qualificados. São mudanças que vão consolidando o novo sistema de comunicação. Para reforçar tais mudanças, o chefe de programação da Tv Itapoan, Alexandre, Seixas realizou o que se tornaria comum anos depois: a reedição de programas que haviam feito sucesso no passado. Foi o caso do “Domingo Show”, que ia ao ar nas manhãs de domingo e depois passou a ser transmitido às terças-feiras com o nome de “Poder Jovem”, às 20 h. Ademais, a visibilidade do fenômeno do Axé Music seria ampliada com programas desta natureza.

No final da década de 70 dois outros nomes serão destaque na TV Itapoan: Fernando José, que protagonizava um programa de cunho popular, seu slogan: “Aqui eu mato a cobra e mostro pau” foi a senha para sua vitória nas eleições municipais. A TV brasileira em geral e a baiana em particular passaria a protagonizar não apenas interesses político-partidários mas seria determinante nas eleições subseqüentes.

A chegada de novas tecnologias às emissoras baianas continuam a revolucionar a produção, a circulação e o modo de ver TV. O U-Matic será um avanço em relação ao risco de combustão das antigas fitas. Embora representasse um avanço em pouco tempo seria considerado defasado devido à deformação da imagem e da cor. O filme enrolava e a fita parava de rodar no interior do equipamento em plena filmagem. Hoje superado com o processo de digitalização.

Três anos após a chegada do U-Matic uma nova tecnologia aportaria nas emissoras baianas: o Super VHS ou M2. A qualidade da imagem através da captação realizada por estes novos equipamentos foi mais uma revolução na promessa de “devolução” do mundo através das tecnologias de comunicação. Agora tornara-se possível a gravação de imagens sem a necessidade de um nível alto de iluminação e a intervenção sobre as imagens foram facilitadas com as possibilidades abertas para o trabalho de edição.

As inovações tecnológicas tornam-se cada vez mais céleres e o Betacam chega para desbancar o Super VHS. Neste momento, as tecnologias anteriores passam a ser consideradas ultrapassadas. Após a árdua tarefa de gravar, revelar, cortar, emendar e colar com durex e após ser inserido no equipamento para a reprodução de imagens, agora a técnica de gravação tornava possível um efeito real capaz de substituir, aos olhos dos sujeitos, o assombro do mundo pela imagem real.

Outros atores nos 80s

Como nos demais estados brasileiros, a expansão do sistema televisivo na Bahia está articulado ao modelo de desenvolvimento nacional orientado pelo Regime Militar, iniciado em 1964, e expressa algumas singularidades do poder político e econômico no estado da Bahia. Por certo, trata-se aqui da organização de um importante aliado para o redimensionamento do poder de uma oligarquia política que dominará a Bahia por mais de três décadas.

Com efeito, o protagonismo de Antonio Carlos Magalhães pode ser, de imediato, percebido a partir de sua carreira: prefeito nomeado pela cúpula militar em 1967; indicado governador da Bahia em 1970 e 1978 e, finalmente, assume o Ministério das Comunicações no Governo do presidente José Sarney, no ocaso do Regime de Exceção.

No bojo das transformações vivenciadas no país e no estado, a TV vai modificando a sua face e alcance. Os telejornais vão ganhando mais de uma edição com formatos distintos. Na primeira edição um jornalismo mais próximo às demandas locais e ao entretenimento. Na segunda edição temas políticos enquadrados aos interesses hegemônicos passam a predominar. Neste processo, o Jornal Nacional terá um papel importante uma vez que ao longo dos anos 70 a Globo torna-se líder absoluta de audiência e o JN atingirá picos de audiência.

Corria o ano de 1980 quando o empresário espanhol Pedro Irujo adquire a Tv Itapoan. Este processo articula-se à derrocada da TV Tupi. Mudanças importantes são encampadas pela nova Itapoan que chega a produzir 60% da programação. Produtores independentes realizam experimentações que deixariam sua marca na história das comunicações na Bahia. A Tv Itapoan passa a fazer parte do Sistema Brasileiro de Televisão, de São Paulo.

Se a Globo estendeu de modo insuperável seus tentáculos sobre os sofás das famílias brasileiras, será no domingo que a TV Itapoan/SBT realizará sua revanche com o Programa Silvio Santos, o qual resiste ainda hoje. Nas tardes de domingo Silvio Santos reinará por vários anos pelo menos até as 18 horas, quando na grade da Rede Globo entrava o humorístico ingênuo de Os Trapalhões, comandado por Renato Aragão.

Nos anos 80 o telejornalismo da TV Itapoan introduz nomes importantes como Raimundo Varela, Cristovam Rodrigues e Gerson Macedo, oriundos do rádio. Se, hoje, programas como o “Balanço Geral” da TV Itapoan/Record e “Que venha o povo”, da TV Aratu, continuam a fazer sucesso junto ao público “popular”, alguns de seus precursores continuam em cena.

Anos 80

Em 1981 a TV Bandeirantes inicia sua transmissão e em 1985 a TV Bahia é inaugurada, mesmo ano de inauguração da TV Educativa .

É evidente não ser mero acaso a expansão da Rede Bahia de Comunicação em todo o estado. Ao contrário, tal expansão expressa de maneira contundente o processo de concentração do poder político e econômico no estado que culmina com a criação desta rede de Televisão no estado. Permite-nos, enfim, entrever as mudanças ocorridas na Bahia ao longo do regime militar, o seu fim, bem como a emergência de distintos momentos históricos.

Personagem de destaque na cena estadual, ACM estará à frente do ousado projeto de implementação de uma poderosa rede de comunicação de propriedade da família Magalhães no crepúsculo do regime militar. Estrategicamente indicado ministro das Comunicações de José Sarney, após a traumática morte de Tancredo Neves, Antonio Carlos Magalhães, promove a festa das concessões de canais de TV e rádio. Beneficia seu próprio grupo político inaugurando na Bahia, em 10 de março de 1985, a TV Bahia.

Com o slogan “Está nascendo um novo sol na Bahia”, a emissora começa sua transmissão. No seu staff viscejam nomes como Ivan Pedro, Carlos Ribas, Luis Brito, Lucia Almeida e Julio Rebouças. A TV Bahia nasce na condição de afiliada da TV Manchete mas em seu ambicioso projeto está a mudança para a TV Globo.

Na moldura do discurso fundador da TV Bahia será exibido o documentário “Bahia de todos nós”, produzido por Nelson Pereira dos Santos. A produção dialoga com o imaginário baiano cobrindo costumes, artes, hábitos do povo. Este discurso envolve uma rede imaginária tecida memória e pelo poder político dominante do grupo de ACM.

Neste quadrante estarão presentes alguns dos maiores nomes do cenário baiano cultural contemporâneo como Mário Cravo, Caetano Veloso, Carybé, Jorge Amado, Calazans Neto entre outros.

Na programação da TV Bahia/Manchete destacam-se programas infantis como “Circo Alegre” e desenhos, esportivos além de jornalísticos e programas de entrevista. Na programação local a emissora segue uma tendência consolidada: jornalismo local com o “Bahia em Manchete”, programas esportivos como o “Manchete Esportiva”.

A TV Bahia abre sua portas com uma equipe técnica qualificada, equipamentos modernos como cinco ilhas de edição, equipamentos novos de VT, transmissor de 300 kw de alta potência, além da antena mais alta do Norte-Nordeste, além de no âmbito econômico atrair importantes anunciantes.

Se a Rede Globo será protagonista no processo da construção imaginária de um país moderno e integrado, a transferência da concessão de transmissão da rede Globo que passa à TV Bahia, em 1987, deixando para trás 18 anos de vínculo entre a TV Aratu e a “Vênus Platinada” é, mais uma vez, um lance importante neste complexo jogo de dominação articulando poder político e poder simbólico.

Neste processo, consolida-se um projeto político que deixa para trás a idéia de uma Bahia lenta, arcaica e em seu lugar é forjada uma nova Bahia, festejada de maneira primorosa pela economia da cultura e do turismo. Não é sem mais que desta síntese surgirá uma indústria cultural vigorosa onde terão papel fundamental além das políticas públicas, cujo emblema é a fusão entre a Secretaria de Cultura e a Secretaria de Turismo, o campo midiático, o qual conta não

apenas com a Rede Bahia de Televisão de propriedade do grupo político dominante mas com os diversos setores da comunicação.

Todo este processo está articulado a movimentos internos – Bahia e Brasil - bem como a uma rede complexa do processo de globalização, de mundialização da cultura. A cultura transformada em mercadoria ganha no estado da Bahia contornos singulares, marcada pela apropriação via mídia e poder político-econômico local, de elementos da cultura mestiça, de elementos do tradicional e da cultura nova que então começa a ser forjada sem perder de vista os arranjos necessários com uma elite local conservadora.

Finalmente, em 09 de novembro de 1985 seria inaugurada a TV Educativa, última emissora nordestina a ser instalada, afinal não havia interesse em instalar uma emissora pública quando o grupo político dominante acabara de inaugurar o seu canal oficioso de comunicação. No programa de abertura destaque será a vida de Jorge Amado e uma homenagem a Caetano Veloso.

Antonio Almada chefiava o jornalismo na emissora. A gerência de jornalismo era comandada por José Valverde. A equipe de reportagem em seus primórdios trabalhava com um quadro mínimo de dois repórteres por turno , matutino e vespertino. Aurora Vasconcelos, ex-Aratu e Bandeirantes, passou a integrar a equipe da TV na chefia de reportagem.

Estava posto o cenário do sistema televisivo na Bahia dos anos 80. Com isto, o alcance do campo midiático, em especial o alcance do sistema televisivo, sua extraordinária concentração, a qual permanece até os dias atuais, bem como sua competência técnica, reafirmam as estratégias de dominação dos grupos hegemônicos nacionais ao longo deste período. Na arquitetura deste imaginário o Brasil fraturado em geral permaneceu inerte no interior da vitrine doméstica, apesar de algumas fraturas emergirem em alguns dos seus produtos simbólicos.

É na dinâmica deste processo que a crise vivida pelo capitalismo global nos anos 80 e a implementação das políticas neoliberais terão efeitos bastante negativos no Brasil em geral e na Bahia em particular com a abertura da economia e a fragilização das políticas nacionais de desenvolvimento regional bem como devido ao processo de concentração da riqueza. Ainda assim a TV ampliaria sua penetração.

Diante deste quadro, observa-se que o modelo de desenvolvimento adotado ao longo dos anos 60 até os anos 80 confirmam que 28% dos ocupados da Região Metropolitana de Salvador tinham rendimento médio mensal de até 1 salário mínimo e que a parcela de moradores em condições de pobreza chegava a 46% e em condições de indigência a 23,1%. Neste mesmo diapasão, o processo culmina com o cenário do início dos anos 90, quando os mais pobres detinham 2,7% da renda, número que se reduz a 1,7% em 2000, enquanto os mais ricos passam a abocanhar 48,3% da renda total. Tributário deste modelo de desenvolvimento, os números apontam que de 1991 a 2000 a taxa de informalidade passa de 29,7% para 37% em Salvador.

Ainda que mergulhada nesta modernidade “líquida” ou, melhor dizendo, “caudalosa”, em que a miséria humana se mostra a cada esquina, mesmo nos enclaves de prosperidade, a TV no Brasil continuou erigida sobre um discurso convenientemente assentado na idéia de integração, em um ideal de sociedade de consumo, silenciando em boa medida os grandes temas nacionais.

Provisórios Comentários Finais

Nosso propósito nos limites deste estudo, ainda em curso, é pensar o lugar da televisão no processo de modernização da Bahia. Para alcançarmos tal propósito, partimos do pressuposto de que a televisão no Brasil passa a encarnar um papel decisivo no processo de construção hegemônica iniciado com o Regime Militar de 64 e a partir do qual forjou-se um projeto de modernização que produziu uma sociedade marcada por profundos paradoxos sociais, quando, de um lado, passamos a conviver com tecnologias as mais sofisticadas, cuja expressão mais emblemática é a televisão brasileira, de outro vivenciamos uma dramática exclusão social.

Observa-se que se, em todo o mundo, a mídia, e, particularmente, a televisão, tem reservado um papel fundamental na atualidade. No Brasil a importância deste meio acentua-se na medida em que se configura numa sociedade onde os meios impressos continuam a ser um bem de alcance limitado, a cultura letrada é, efetivamente, restrita a uma minoria e onde o sistema televisivo constituiu-se, desde a década de 70, no principal meio de comunicação massivo, alcançando praticamente 100% das residências. Se, hoje, convivemos com novas tecnologias a exemplo da internet, o lugar da TV parece-nos fundamental no processo de convergência midiática.

Assim, a presença de um meio massivo como a televisão no interior de uma sociedade com estas características reforça o seu poder de ressemantização, de reconstrução da realidade social. Com isto, a ausência ou fragilidade de outras instituições produtoras de bens simbólicos leva a TV brasileira a ocupar um espaço social fundamental na reconstrução da realidade e, portanto, no condicionamento do modo de inserção e interpretação do mundo por parte dos sujeitos e isto parece articular-ser para a consolidação de novas linguagens e tecnologias.

Diante desta realidade, não é sem mais que diversas análises vêm tentando compreender as repercussões da modernização do Brasil, a especificidade e desdobramentos da expansão extraordinária da indústria cultural em um país cuja característica fundamental é a fragilidade das instituições sociais, o restrito acesso à cultura escrita, a profunda hibridização das culturas regionais, e, portanto, uma sociedade em que o acesso à realidade não-imediata encontra na televisão ainda, possivelmente, a esfera mais importante de mediação, embora, insistimos, a internet amplie dia a dia sua inserção.

Consideramos que na contemporaneidade, em algum nível, as diversas instâncias que compõem o mundo social – a política, as religiões, as artes, o cotidiano – estão fortemente condicionadas pelo campo midiático, daí a importância de análises que procurem compreender as características deste campo nos processos político-econômicos e dinâmicas da sociedade que levem em conta o seu protagonismo, em particular as características do campo televisivo.

Depreende-se destas observações que a realidade brasileira reúne em seu interior uma diversidade de características político-culturais e comunicacionais que apontam para a necessidade de análises acerca das complexas relações entre o campo da mídia e o cenário onde se dá tal emersão. Torna-se, pois, fundamental compreender as especificidades locais que marcam o seu desenvolvimento.

Pretendemos, portanto, com este estudo somar esta reflexão a outras análises que procuram não apenas compreender os paradoxos do processo de desenvolvimento brasileiro na contemporaneidade mas destacar neste olhar a tessitura da TV a partir de uma realidade específica. Para isto, interessa-nos compreender de modo mais detalhado de que modo esta trama é encenada no solo baiano.

Referências Bibliográficas

ARAGÃO, Joane Maltez de, MENEZES, Juliana Cíntia F. de e SANTOS, Lourivânia Soares. Um Resgate da História da Tv em Salvador. *Mimeo*, 2006.

ARAÚJO, Inácio, et alli. *Rede Imaginária – televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

CARVALHO, Inaiá Maria Moreira de., PASTERNAK, Suzana e BÓGUS, Lúcia Machado. Transformações Metropolitanas: São Paulo e Salvador. *Caderno CRH*, V.23, N.59, p.301-321, Maio/Ago 2010.

COSTA, Alcir Henrique et alii. *Um país no ar*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

DANTAS NETO, Paulo Fábio. Tradição, Autocracia e Carisma. *A política de Antonio Carlos Magalhães na Modernização da Bahia (1954-1974)*, Belo Horizonte, Editora da UFMG, 2006.

GIOVANNINI, Giovanni. *Evolução na Comunicação. Do sílex ao silício*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

HERZ, Daniel. *A história secreta da Rede Globo*, Porto Alegre: Tchê, 1987.

MATOS, Rita de Cássia Aragão. *O Paroxismo do Sonho. Um estudo sobre a Exclusão Social no Jornal Nacional*. Salvador, Edufba, 2009.

MATTOS, Sergio. História da Televisão Brasileira. *Uma Visão Econômica, Social e Política*. Petrópolis, Vozes, 2002.

RISÉRIO, Antonio. *Uma História da Cidade da Bahia*. Rio de Janeiro, Versal, 2004.

RUBIM, Antonio Albino (org.) *A ousadia da Criação. Universidade e Cultura*. João Pessoa, Editora da UFPb, 1999.

RUBIM, Antonio Albino C. Cultura, Política e Mídia na Bahia Contemporânea. *Comunicação e Política*, ns, V.X, p.103-155.

_____. (Org.). *Idade média*. Salvador: Edufba, 1995.

ZACHARIADHES, Grimaldo Carneiro (org.) *Ditadura Militar na Bahia*. Novos Olhares, Objetos, Novos Horizontes, Salvador, Edufba. 2009.