

Uma aventura chamada *Tupi*: os primeiros anos da tv brasileira

*Flávio Lins*¹

1 Doutorando em Comunicação Social pela UERJ. Autor do livro "Cariocas do brejo entrando no ar: o rádio e a televisão na construção da identidade juiz-forana". Professor do curso de Especialização em TV, cinema e mídias digitais da Faculdade de Comunicação da UFJF. flavio.lins@oi.com.br.

Resumo

O Brasil, com a inauguração da *TV Tupi* em 1950, foi um dos cinco primeiros países do mundo a ter televisão e o primeiro da América Latina. O invento, que se tornou uma paixão nacional, mesmo restrito inicialmente às classes mais altas, desde o começo demonstrará seu caráter popular. Exibindo clássicos da cultura erudita através dos teleteatros, balé e orquestras, a televisão, ainda que assistida e ouvida à distância pelos *televizinhos e televisitas*, em pouco tempo encantará as massas e conseqüentemente os anunciantes.

Palavras-chave

Televisão, brasil, *TV Tupi*, pioneirismo.

Abstract

Brazil, with the opening of *TV Tupi* in 1950, was one of the top five countries in the world to have television and the first in Latin America. The invention, which became a national passion, even if initially restricted to the higher classes, since the beginning demonstrate its popular character. Displaying classic high culture through *teletheaters*, ballet and orchestras, this vehicle, even that watched and listening distantly by the *teleneighbors* and *televistors*, will be the one that will enchant the masses and consequently the advertises.

Keywords

Television, Brazil, *Tupi* television, pioneering.

O Brasil nos anos 1950

Até os anos 1930, o café era o produto brasileiro que mais interessava aos compradores internacionais, a economia era baseada na exportação agrícola. Mas terminada a década, o país começa a sofrer “uma série de transformações econômicas, centradas na industrialização urbana, o que contribuiu para a intensificação do processo de modernização de nossas cidades” (SODRÉ, 1972, p. 86).

Segundo o pesquisador Sérgio Mattos (2000), depois da Segunda Guerra e durante o Estado Novo, a indústria passa a exercer uma influência significativa na economia brasileira. O governo de Getúlio Vargas² orientava-se pela substituição de importação de bens de consumo não duráveis pelos fabricados no Brasil. Valendo-se desta bandeira de uma política nacionalista, o governo investe na indústria pesada e começa a criar a infraestrutura necessária para que o país possa produzir bens de consumo duráveis.

E é na década de 1940 que se pode observar a presença de uma série de atividades ligadas a uma cultura de massa no Brasil. Para o escritor Renato Ortiz (1988), a sociedade urbano-industrial se consolida nesse período e se moderniza em diferentes setores.

A velha sociologia do desenvolvimento costumava descrever essas mudanças sublinhando fenômenos como o crescimento da industrialização e da urbanização, a transformação do sistema de estratificação social com a expansão da classe operária e das camadas médias, o advento da burocracia e das novas formas de controle gerencial, o aumento populacional, o desenvolvimento do setor terciário em detrimento do setor agrário. É dentro desse contexto mais amplo que são redefinidos os antigos meios (imprensa, rádio e cinema) e direcionadas as técnicas como a televisão e o marketing. Sabemos que é nas grandes cidades que floresce este mundo moderno (ORTIZ, 1988, p. 38-39).

2 Getúlio Dornelles Vargas foi um político brasileiro, chefe civil da Revolução de 1930, que pôs fim à República Velha (1889-1930) depondo seu último presidente Washington Luís. Vargas foi por duas vezes presidente da república do Brasil: na primeira vez, de 1930 a 1945, governou o Brasil em três fases distintas: de 1930 a 1934, no governo provisório; de 1934 a 1937, no governo constitucional, eleito pelo Congresso Nacional; e de 1937 a 1945, no Estado Novo. Na segunda vez, de 1951 a 1954, governou o Brasil como presidente eleito por voto direto (JORGE, 1986).

Mas apesar das mudanças causadas pela industrialização na sociedade brasileira, ela se restringe a fronteiras bem delimitadas. Ainda segundo Ortiz, neste período: “a ‘indústria cultural’ e a cultura popular de massa emergente se caracterizam mais pela sua incipiência que pela sua amplitude” (1988, p. 45).

Devido ao grande número de analfabetos, o mercado de livros, que teria surgido em meados dos anos 1930, apresenta ainda uma penetração pequena junto à população. Tendo inclusive o número de editoras no país, entre 1948 e 1953, diminuído de 280 para 144 (ORTIZ, 1988, p. 46). Havia poucas possibilidades de um crescimento real da indústria do livro, já que era mais barato importá-los que imprimi-los. O cinema, apesar das empreitadas para que fosse criado um polo nacional de produção, vê a falência da *Vera Cruz*³ em 1954 e também de empresas menores como a *Maristela*. O rádio era certamente o meio de comunicação mais popular, mas devido ao subdesenvolvimento da sociedade brasileira, tinha dificuldades para se expandir. Nos anos 1940 e 1950 a teia de comunicação por rádio era bastante fraca em grande parte do território nacional, e uma parcela expressiva da população estava excluída. “Sessenta por cento das emissoras se situavam no Sul, vindo depois o Leste, com 30,3%, portanto, havia concentração de cerca de 95% das estações no Sudeste” (FEDERICO, 1982, p. 81).

A pesquisadora Maria Elvira Federico destaca ainda que a radiodifusão sonora, na época da implantação da tevê (1950), era ainda “um veículo em expansão e desenvolvimento”, mas do qual já se reconhecia o grande poder junto ao público. Possivelmente inspirado pelas técnicas utilizadas pelo partido nazista, que se valia dos meios de comunicação de massa para divulgar as suas ideias, o político Getúlio Vargas, desde o dia 10 de novembro de 1937, quando se instalou o Estado Novo, “compareceu aos microfones, passando a utilizar o rádio efetivamente em função do seu governo” (FEDERICO, 1982, p. 65).

3 A *Companhia Cinematográfica Vera Cruz* foi criada em 1949, apoiada pela elite financeira paulista e contando com o apoio da intelectualidade da época. Propiciou a criação de duas outras grandes companhias, a *Cinematográfica Maristela* (1950-1957) e a *Multifilmes* (1952-1955), que têm curta duração.

Em virtude do alto índice de analfabetismo, buscou-se difundir o uso do rádio nas escolas, estabelecimentos agrícolas e industriais, juntamente com o *Cinejornal Brasileiro*, que fazia, segundo Paschoal (2007), a crônica cotidiana da política nacional, recorrendo-se ao forte impacto dos recursos audiovisuais, exibida obrigatoriamente antes das sessões de cinema. Através da propaganda política e pessoal de Getúlio Vargas, a construção simbólica do líder do governo, como *pai dos pobres*, alcança o auge. O DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), órgão criado por Getúlio para o controle e uso da censura na imprensa, passa atuar em diversas frentes. Possuía setores de divulgação, radiodifusão, teatro, cinema, turismo, imprensa e literatura social e política. Para Paschoal (2007), o DIP dava a Getúlio “o domínio da vida cultural do país”.

Mas o sonho do Estado totalitário de construir um sistema radiofônico em nível nacional se desfaz diante da impossibilidade material de realização. Renato Ortiz (1988) explica que a radiodifusão brasileira não adquire forma de rede, o que estimula o crescimento da radiofonia local. As emissoras mais potentes se limitavam a irradiar seus programas a partir de sua base geográfica, mas elas “não se constituíam em centro integrador da diversidade nacional” (ORTIZ, 1988, p. 43). Simplesmente podiam ser captadas de acordo com o padrão da recepção de cada lugar. Podemos citar como exemplo a *Rádio Nacional*, que praticamente não era ouvida na cidade de São Paulo, onde operavam a *Rádio Record* e a *Difusora* numa frequência de ondas que bloqueava sua penetração. Assim, a exploração comercial dos mercados se fazia regionalmente, não possuindo o rádio brasileiro da época a dimensão integradora característica das indústrias de cultura.

Os impressos, o rádio e o cinema, em virtude das limitações tecnológicas – como falta de energia elétrica – e das grandes distâncias, só conseguiam estabelecer pequenas *redes* ao redor dos grandes centros. A indústria cultural que se constituía no sudeste permanecia não dialogando com grande parte dos *Brasis* existentes no território nacional, de maioria analfabeta, sem

acesso a livros, revistas, cinema e ao rádio. Tanto para ampliar mercados consumidores, como para atingir os eleitores, um país interligado em rede, ainda era um sonho a ser realizado. Este quadro da indústria cultural vai se estender também à primeira década da televisão no país, que possuía também um forte caráter regional.

A luta pioneira da *Tupi*

A vinda de Assis Chateaubriand para o Rio de Janeiro era em busca de um “cenário mais amplo para o desenvolvimento de seu plano de vida” (CARNEIRO, 1999, p. 74), que foi acelerado pela aprovação do jornalista no concurso para professor de Direito Romano e de Filosofia de Direito, da Faculdade de Direito de Recife, em 1915. Em busca da nomeação para o cargo, Chateaubriand foi procurar apoio na capital federal, mas apesar dos convites para permanecer no Rio de Janeiro, regressa vitorioso para Recife, após estabelecer uma série de laços com escritores, empresários e jornalistas que conseguiram o apoio do presidente da República para a nomeação.

Mas o jornalista acaba não assumindo o cargo de professor em Recife e volta para o Rio de Janeiro, já com o projeto de adquirir um jornal. Depois de ter feito viagens pela Europa e Estados Unidos e conhecido as empresas de comunicação que se constituíam nestes países, já manifestava seu desejo de constituir uma rede: “A conjugação de veículos jornalísticos, agrupados em um só organismo econômico e político, informativo e doutrinário, abrangendo, numa visão imensa, aspirações e interesses das suas respectivas nações e impérios” (CHATEAUBRIAND apud CARNEIRO, 1999, p. 90).

Depois de passar por alguns jornais do Recife e do Rio de Janeiro, no mesmo ano que se torna diretor do impresso carioca, Chateaubriand consegue comprá-lo, graças ao dinheiro fornecido por barões do café, orientados por amigos do jornalista. As sucursais em São Paulo e Belo Horizonte vieram logo

depois do jornal carioca. Em 2 de junho de 1925, adquire o primeiro jornal em São Paulo, o *Diário da Noite*. Em 1929, as *Associadas* já contavam com seis jornais e duas revistas. Getúlio Vargas e Chateaubriand se aliam neste período. Desta aliança nasce a revista *O Cruzeiro*, que segundo Carneiro chegaria nos anos 1950 a uma tiragem de 720 mil exemplares. Antes disso, vieram, em 1929, o *Diário de São Paulo*, o *Estado de Minas*, em Belo Horizonte, o *Diário da Noite*, no Rio de Janeiro, e em 1930 o *Diário de Notícias*, do Rio Grande do Sul. Em 1931, surge o *Diário da Tarde* em Belo Horizonte e o *Diário de Pernambuco* é anexado às *Associadas*. No mesmo ano é inaugurada a primeira agência de notícias brasileira, *A Meridional*. Em 1936 assumia o jornal *Estado da Bahia*.

O desejo de Chateaubriand de constituir uma rede dá um grande passo em 25 de setembro de 1935, com a inauguração da *Rádio Tupi PRG-3*, que anos depois vai fornecer grande parte do *cast* inicial da *TV Tupi*. Segundo o escritor Glauco Carneiro, a partir da pioneira *Tupi*, os *Diários e Emissoras Associadas*, chegariam a possuir dezenas de emissoras em todo o país, “difundindo nos céus do Brasil notícias, música, entretenimento e conhecimento” (1999, p. 187).

O império de Chateaubriand não parou de crescer pelo país. Segundo o diretor de televisão João Lorêdo, quando em 1950 as *Associadas* inauguram a *TV Tupi Difusora* – canal 3, já contavam com 23 jornais, 28 emissoras de rádio, as duas revistas mais importantes para adultos do país (*O Cruzeiro* e *A Cigarra*), 12 revistas infantis, agência de notícias, indústrias químicas, laboratórios farmacêuticos, um castelo na Normandia, dez fazendas espalhadas pelo Brasil e a maior coleção de arte jamais vista no país (2000, p. 16). A era Chateaubriand coincide com a decolagem do jornalismo como indústria de massa:

[...] o moderno fenômeno da cultura de massa só foi viabilizado como desenvolvimento do sistema de comunicação por media, ou seja, com o advento e a multiplicação vertiginosa dos veículos de massa – o jornal, a revista, o rádio, o filme, a televisão, dentro de um quadro social propício (SODRÉ, 1972, p. 13).

TV Tupi – O empreendimento

Em 1944, o jornalista Assis Chateaubriand em visita à empresa de produtos eletrônicos RCA, nos Estados Unidos, para comprar material a fim de ampliar suas emissoras de rádio, é apresentado aos equipamentos de televisão produzidos pela empresa e já manifesta seu interesse em adquirir duas emissoras de televisão, uma para o Rio de Janeiro e outra para São Paulo. Na ocasião, fez questão de registrar a primeira ordem de compra de emissoras de televisão fora dos Estados Unidos. Mas faltava o dinheiro, o que Chateaubriand consegue de grandes empresas⁴ brasileiras, em troca de longos contratos de publicidade. Em 1947, volta aos Estados Unidos, paga a primeira parcela e encomenda à RCA os equipamentos necessários para as duas emissoras (CASTRO, 2000, p. 25).

O jornalista, desde que encomendara os equipamentos de televisão, estava entusiasmado com a palavra imagem, uma solução possível para quebrar as barreiras que seus impressos e rádios enfrentavam. O componente visual da mensagem televisiva prescinde, em princípio, do domínio prévio de algum código pelo telespectador, possibilitando que esta imagem se torne uma linguagem universal. A televisão para Chateaubriand era o instrumento que sinalizava com a possibilidade de permitir aos *Associados*, no futuro, atuarem como construtores e conformadores de realidade em todo o território nacional, superando muitas das dificuldades que suas empresas encontravam para se expandirem.

Seduzidos pela imagem desde a compra do material para as emissoras de televisão, Chateaubriand e Oduvaldo Viana⁵ decidiram fazer pequenos filmetes para tornar conhecidos do grande público os rostos do elenco radiofônico de São Paulo, até aí famosos apenas pela voz – já que como dissemos anteriormente os jornais e revistas tinham circulação limitada. Além disso, passando nos cinemas

4 Segundo a pesquisadora Vida Alves, os quatro patrocinadores foram: Antarctica Paulista, Sul América Seguros, Moinho Santista e Organização Francisco Pignatari, que receberam ordens de inserção de anúncios por 12 ou 18 meses (ALVES, 2008, p. 53).

5 Oduvaldo Viana era o diretor artístico da Rádio Difusora de São Paulo e que trouxe para o Brasil o gênero de novelas de rádio, que havia conhecido na Argentina (ALVES, 2008, p. 27).

do interior, acreditavam que aumentaria a venda do jornal *Diário de São Paulo*, que era voltado para o público interiorano (prefeituras e fazendas), e cujas vendas não iam bem (ALVES, 2008, p.27).

O documentário *Chuva de Estrelas*, feito em 16 mm, contou com muitos dos grandes astros do rádio: Lia de Aguiar, Vida Alves, Helenita Sanches, Hebe Camargo, Ivon Curi e a cantora portuguesa Arminda Falcão, além de mostrar os bastidores da notícia – as rotativas dos *Associados*, os ensaios e a vida dos radioatores e radioatrizes, o trabalho dos contrarregras e sonoplastas, além de outros recursos utilizados nos estúdios de rádio. Posteriormente o filme foi fracionado em videoclipes com as músicas dos cantores de sucesso, que passaram a ser exibidos pelo país antecedendo as sessões de cinema. Um dos mais famosos é o que apresenta a cantora Hebe Camargo e o cantor Ivon Cury, interpretando a canção *Pé de Manacá* de Hervê Cordovil e Marisa Pinto Coelho (ALVES, 2008, p. 27).

O diretor Oduvaldo Viana, entusiasmado, convenceu Chateaubriand a fazer um filme de 35 mm. Em 1949, *Quase no Céu*, estrelado por Lia de Aguiar e Paulo Alencar, foi lançado em 12 cinemas pela Columbia com grande sucesso de público. Segundo o diretor de televisão Walter Avancini – que atuou como um ator mirim na produção, aos treze anos de idade – em depoimento à *Associação dos Pioneiros, Profissionais e Incentivadores da Televisão Brasileira* em 28 de novembro de 1998, “os cinemas que exibiram o filme tiveram suas portas arrebentadas, tamanhos eram o volume e a ansiedade do público que queria ver no cinema os mais famosos radioatores daquele momento” (AVANCINI, 2004, p. 161). Pensaram em montar os *Estúdios Cinematográficos Tupi* e realizar outros filmes, mas logo depois chega a televisão e os projetos de cinema são esquecidos.

No dia 1 de fevereiro de 1950, atracou no Porto de Santos o cargueiro *Momacyord* trazendo os equipamentos para a *TV Tupi*. Mas os caixotes só foram liberados no dia 23 de março, quase dois meses depois do desembarque, quando os caminhões carregados seguiram em cortejo pela Rodovia Anchieta até o alto

do Sumaré, onde ficava a *Cidade do Rádio*⁶. Em 31 de maio de 1950 tem início a montagem da pesada antena *Superturstyle* no alto do edifício do Banco do Estado de São Paulo, a 140 metros do solo. Todas estas etapas foram notícias de destaque nos veículos das *Associadas*, levando a uma grande expectativa da população (CASTRO, 2000, p. 55).

Em meados de agosto daquele ano, começaram os testes. Inicialmente foi exibido o sinal padrão⁷ da RCA, depois imagens paradas, filmes documentários, voz em *off*⁸ sobre o padrão para ajuste da imagem. Monitores espalhados em vitrines de grandes lojas permaneciam ligados e a curiosidade sobre aquela caixa mágica ia aumentando. A transmissão experimental do frei José Mojica⁹ cantando os boleros *Besame Mucho*, *Dos Sapatios* e *Solamente una vez*, dentre outros, foi patrocinada pela marca de produtos alimentícios Peixe, a partir do auditório do *Museu de Arte Sacra de São Paulo*, na noite de 4 de julho de 1950. Atraiu milhares de expectadores para os dois monitores colocados em plataformas no centro de São Paulo e outros dois no saguão do edifício dos *Diários Associados*. Segundo o ator Lima Duarte, também um dos pioneiros da televisão, apesar do sucesso do frei cantor, a apresentação do religioso, clamando por beijos e abraços nas letras dos boleros, muitos de sua autoria, era uma estranha maneira de se dar início à televisão no país (MATTOS, 2002, p. 122).

Outras transmissões experimentais se seguiram, até que na segunda-feira 18 de setembro entra no ar a *TV Tupi*. Para destacar a importância que – segundo os pioneiros e os impressos da época (quase todos ligados às

6 O Alto do Sumaré, em São Paulo, onde ficava o prédio especialmente construído para abrigar a *Rádio Difusora* e que mais tarde abrigaria a *Rádio Tupi* e também a *TV Tupi*, era conhecido como *Cidade do Rádio*. (FÍGARO, S/D).

7 O padrão (uma espécie de logomarca da empresa) para ajuste de imagem da RCA, que irá se tornar conhecido no início da televisão, constava de algumas círculos e linhas em tons de cinza, onde aparecia também a cabeça de um índio americano velho (MATTOS, 2002, p. 66).

8 Chamamos de texto em *off* aquele em que o locutor não aparece, ficando apenas a narração coberta por imagens.

9 O frei José Mojica era um tenor mexicano de grande sucesso que, mesmo em 1942 se tornando religioso, continua sua carreira como cantor.

Associadas) – alcançaram estas transmissões experimentais, nos valem das pesquisas de José de Almeida Castro (2000, p.58), também um pioneiro da *Tupi*. Segundo Castro, desde que começaram as transmissões experimentais, não parava de chegar cartas à redação dos *Associados*. Muitas elogiando a qualidade das imagens transmitidas ou protestando contra estas mesmas imagens, contra desenhos falados em inglês, a falta de artistas do rádio se apresentando e até mesmo pelo fato de não estarem tratando da sucessão presidencial, já que a campanha eleitoral que elege Getúlio Vargas em 1950 estava em andamento.

Ao contrário da TV norte-americana, que se desenvolveu através do apoio da forte indústria cinematográfica, a do Brasil apoiou-se e, segundo o pesquisador Sérgio Mattos (2002, p. 49), teve de submeter-se à influência do rádio, valendo-se da sua estrutura, formato de programação, técnicos e artistas. A TV que nasce em São Paulo é marcada pela precariedade, improvisado, e por valer-se do elenco e da mão de obra radiofônicos. E foi por esse motivo considerada pelos artistas de teatro uma arte menor, ficando estes profissionais de fora daquele início conturbado. Só nos anos 1960 a TV vai buscar um caminho próprio e consegue desvencilhar seus programas das marcas deixadas pelo rádio.

A inauguração chegou a ser adiada algumas vezes. Segundo o escritor José de Almeida Castro, “a própria televisão anunciou primeiro para dia 5 de setembro, depois para 16 e somente no dia 13 confirmou a data oficial, 18 de setembro, à noite” (2000, p. 58). Um dos adiamentos ocorreu depois que um técnico americano que trabalhava na instalação da emissora constatou que não havia aparelhos de TV para assistir à programação na cidade. O que Chateaubriand resolveu contrabandeando 200 aparelhos, que chegaram a tempo e foram espalhados em locais estratégicos da cidade (MATTOS, 2002, p. 80). Dois dos primeiros aparelhos que recebeu foram dados de presente, um para sua secretária Vera Faria e outro para o presidente da República Eurico Gaspar Dutra, que irão permanecer como peça de decoração até que chegasse a televisão no Rio de Janeiro. Horas antes do show de estreia, repleto de artistas do rádio, entrou no ar o locutor Homero Silva, apresentando o bispo auxiliar

paulistano, D. Pedro Rolim Loureiro, que a seguir abençoou os estúdios da emissora. Depois da bênção e dos discursos proferidos por Chateaubriand e pela poetisa Rosalina Coelho Lisboa, madrinha da *TV Tupi* de São Paulo na cerimônia de inauguração, o canal sai do ar, permanecendo música de fundo e o padrão da emissora exibidos até às 21 horas quando começaria a programação artística. O primeiro dia da televisão brasileira chama atenção pelas soluções criativas que tiveram que ser encontradas – e que irão marcar os primeiros anos da TV – pois horas antes da emissora começar a transmitir, um problema na geração de imagens fez com que a equipe da RCA desaconselhasse a inauguração. Mas os técnicos do rádio, encarregados das transmissões da TV, não desistiram e conseguiram resolver o problema. Uma das três câmeras também não funcionou, ainda assim, a inauguração foi mantida (CASTRO, 2000).

Terminada a primeira transmissão, ficava o problema: o que colocar no ar no dia seguinte? Segundo Alves (2008) foi o diretor de televisão Cassiano Gabus Mendes que ainda durante a festa de comemoração da inauguração manifestou a preocupação, já que os dias que antecederam à inauguração foram dedicados apenas aos ensaios para a estreia. Ele pediu a seus auxiliares para que no dia seguinte fossem aos consulados, pegando todo tipo de filmes, documentários, desenhos, inclusive os produzidos pelo estúdio da comunicação Marshall McLuhan, para que fossem exibidos através do aparelho de telecinagem¹⁰.

Tanto em virtude do alto preço dos primeiros aparelhos de televisão quanto em função de ter que se apelar para os filmes oficiais de países estrangeiros para preencher a programação, o ator Lima Duarte, em depoimento concedido para a atriz Vida Alves (2008), destaca a sofisticação da programação: “Saímos correndo pros consulados, pra pegar os filmes [...] Tinha filmes de cientistas fazendo experiências, tinha filmes sobre desintegração das amebas da Polinésia [...] a biologia não sei lá de quê. Ficava passando esses filmes todas as noites (DUARTE apud ALVES, 2008, p. 71).

10 Equipamento que transforma os filmes em película e slides em imagem de televisão. Explicaremos detalhadamente adiante.

Dois dias depois do nascimento da televisão, em 20 de setembro de 1950, entra no ar o primeiro telejornal do país, o *Imagens do Dia*. Segundo o escritor Guilherme Jorge de Rezende (2000, p. 105) era uma pequena equipe formada pelo redator e apresentador Ruy Resende e os cinegrafistas Jorge Kurjian, Paulo Salomão e Afonso Ribas, que produziam um noticiário que apresentava uma sequência de filmes dos últimos acontecimentos locais. Um desfile cívico-militar nas ruas da capital paulista teria sido a primeira reportagem filmada a ser exibida pela TV brasileira. O noticiário foi substituído em 1952 pelo *Telenotícias Panair*, e, a partir de 17 de junho de 1953, pelo *Repórter Esso*, apresentado por Gontijo Teodoro até 31 de dezembro de 1970.

O pesquisador Sérgio Mattos (2000, p. 78-79) divide os primeiros anos da televisão em fase elitista (1950-1964), populista (1964-1975) e a fase do desenvolvimento tecnológico (1975-1985). Segundo o autor a televisão foi considerada um luxo até meados dos anos 1960 e a programação refletia isso. Concordamos em parte, já que o preço dos aparelhos distanciava as massas de trabalhadores da televisão, mas acreditamos que a programação sempre foi híbrida, como destaca Renato Ortiz:

[...] a totalidade da programação da época era composta por programas populares, e não por peças de cunho cultural; por exemplo, shows de auditório, programas humorísticos, música popular, telenovela. [...] A televisão brasileira recrutava a maioria de seus quadros entre os antigos profissionais do rádio, onde este tipo programação já havia se consagrado como popular. Vamos encontrar programas considerados como mais legítimos de um lado, teatro e teleteatro, e mais populares de outro, produzidos segundo o antigo esquema do rádio (ORTIZ, 1988, p. 73).

De acordo com Mattos (2002), o teleteatro, ao lado dos programas de variedades e shows musicais, eram a base da programação artística das emissoras de televisão. O escritor Inimá Simões (1986) destaca os seguintes (todos ao vivo): *TV de vanguarda* (teleteatro) que para muitos se tornará a própria definição dos anos 1950, *Grande teatro Tupi* (teleteatro), *Clube dos artistas* (artes/variedades), *Almoço com as estrelas* (musical/variedades),

Alô doçura (seriado sobre a história de um casal), *Sítio do picapau amarelo* (infantil), *O céu é o limite* (prêmios), além das transmissões esportivas. Simões (1986) destaca ainda, que ao mesmo tempo em que a TV é inaugurada em São Paulo surgem inúmeras iniciativas culturais lideradas pela burguesia industrial paulista: *TBC (Teatro Brasileiro de Comédia)*, a *Companhia Cinematográfica Vera Cruz*, as *Bienais*, os *Museus*, numa época em que a cultura burguesa vigora como *a cultura*. O programa *TV de Vanguarda* – apresentando clássicos do teatro – terá significação diferenciada, por se juntar ao projeto cultural da elite paulista.

Até a segunda metade da década de 1950, a maior parte da população brasileira vivia no campo. O panorama econômico só começa a mudar quando o setor industrial supera o primário na participação da renda nacional, favorecido inclusive pela inauguração da Companhia Siderúrgica Nacional em 1956. Este cenário amplia também as possibilidades para o desenvolvimento da televisão.

Mas a televisão só vai começar a se constituir como um meio de comunicação de massa e passar a atrair verbas publicitárias que possibilitavam o seu aperfeiçoamento técnico, artístico e mesmo para ampliar a sua capacidade de irradiar a programação na segunda metade dos anos 1960. A *TV Tupi* vai ser extinta antes que possa usufruir das imensas possibilidades que irão conquistar as grandes redes de televisão. Do fértil laboratório que foi a emissora para uma geração de pioneiros, usufruíram as tevês que vieram posteriormente, pois o exercício constante de superação, improviso e criatividade na primeira TV do Brasil, funcionou como uma grande escola para os profissionais que por ali passaram.

Uma emissora de TV para o Rio de Janeiro

Quatro meses depois do surgimento da *TV Tupi* de São Paulo é inaugurada a carioca. Repetindo formatos apresentados em São Paulo e experimentando outros, cresce o sucesso da *TV Tupi* no Rio de Janeiro, a partir de novos programas, principalmente musicais e de variedades inspirados no teatro de

revista, que irão se tornar uma diferença característica em relação à emissora paulista. A pesquisadora Cristina Brandão (2005) destaca a importância que estes musicais assumem neste período, em que a vida artística carioca, a partir do talento e da imaginação de seus artistas e principalmente dos produtores Chianca de Garcia e Walter Pinto, começava a se recuperar após o fechamento dos cassinos em 1946. Chianca de Garcia, mestre do teatro de revista, assume a direção artística da *Tupi* e leva o teatro cantado para a televisão. Segundo a pesquisadora Marta Klagsbrunn: “Na verdade, mais do que trazer para a TV a influência do aspecto musical das revistas, o que Chianca de Garcia traz é a cumplicidade, a aproximação do cotidiano, características do teatro de revista, os temas da vida real [...]” (KLAGSBRUNN, 1991, p. 23).

Ao contrário do distanciamento inicial que encontramos dos artistas de teatro em São Paulo em relação à televisão, no Rio, os artistas de teatro levaram para a televisão a bagagem cultural que interessava às emissoras. A atriz Fernanda Montenegro em depoimento à escritora Cristina Brandão destaca: “Neste Caldeirão da TV Tupi do Rio de Janeiro se juntaram todas as influências e todas as escolas de dramaturgia e de atuação que existiam no País. [...] Havia muitos shows, muitíssimo bem feitos, de Silveira Sampaio, e aquilo fervia” (MONTENEGRO, 2005, p. 296).

A *Tupi* seguia efervescente até quando no dia 15 de julho de 1955 surge a *TV Rio*, de propriedade do mesmo grupo da *TV Record* que havia sido inaugurada em São Paulo em 27 de setembro de 1953. Apesar da extrema precariedade – apenas uma câmera e um pequeno estúdio –, das dificuldades nos três primeiros anos e da curta duração, já que é extinta em 1977, a *TV Rio* retira a liderança da *Tupi* em vários horários, além de apresentar uma programação variada e de grande apelo popular, comandada pelo também pioneiro Walter Clark. Com a chegada da *TV Excelsior* em 1963, a *TV Rio* tem a sua primeira grande baixa, que de uma vez só leva quase todo o seu *casting*. A emissora produziu novelas, musicais e telejornais de sucesso. Em 1959 surge a *TV Continental* (1959-1972) que terá seu auge em 1960 com o programa exibido sábado à noite: *Figura de*

Francisco José, estrelado pelo cantor português. Mesmo com o amadorismo e a improvisação que marcam a primeira década da televisão no país, surgiam novas emissoras¹¹. A *Tupi* já não estava mais sozinha na preferência popular.

Considerações finais

Nos anos 1960, a televisão que era feita no Rio de Janeiro e em São Paulo já não estava mais subordinada totalmente aos interesses e estratégias dos patrocinadores, como aconteceu na primeira década. E pouco a pouco ia substituindo os programas ao vivo pelos gravados em videotape, produzidos com maior qualidade, além de começar a construir uma linguagem própria, deixando de lado a herança radiofônica (PRIOLLI, 1985, p. 22-23).

O escritor Gabriel Priolli, ao tratar da enorme precariedade que ocorria nos programas ainda nos anos 1950, destaca que os produtores eram forçados a uma improvisação que oscilava entre a genialidade e o ridículo (PRIOLLI, 1985, p. 22-23) e que, acreditamos, nos anos 1960 ainda marcava a produção da *Tupi*.

Em São Paulo e no Rio de Janeiro, principalmente, acreditamos que juntamente com outras emissoras, a *TV Globo* promoveu o esquecimento da adversária *Tupi*, absorvendo os profissionais oriundos do canal, para quem restou o silêncio. Mas destacamos o caráter mnemônico das escolhas feitas pela precursora *Tupi* na construção de narrativas sobre a realidade brasileira, feita a partir do sudeste, e que agora, quando diversos pesquisadores se debruçam sobre a história da emissora, volta a assumir o papel de senhora da memória e do silêncio (BARBOSA, 2007), através das representações elaboradas pelo canal, que agora produzirão novas significações.

11 Segundo Inimá Simões, até 1955 são as seguintes emissoras em funcionamento: *TV Tupi* (São Paulo, 18/09/1950); *TV Tupi* (Rio de Janeiro, 20/01/1951); *TV Paulista* (São Paulo, 14/03/1952); *TV Record* (São Paulo, 27/09/1953); *TV Rio* (Rio de Janeiro, 15/07/1955) e *TV Itacolomi* (Belo Horizonte, 08/09/1955) (SIMÕES; COSTA; KEHL, 1986, p. 32).

Referências

- ALVES, V. *TV Tupi: uma linda história de amor*. São Paulo: Imprensa Oficial, 2008.
- AVANCINI, Walter. "Walter Avancini". In: MATTOS, D. J. L. (org). *Pioneiros do Rádio e da TV no Brasil*. São Paulo: Códex, 2004.
- BARBOSA, M. *Percursos do olhar: comunicação, narrativa e memória*. Niterói: EdUFF, 2007.
- _____. "Percursos do olhar: televisão, narrativa e universo cultural do público". In: FREIRE FILHO, J.; VAZ, P. (orgs). *Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre a alteridade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
- BRANDÃO, C. *O grande teatro Tupi do Rio de Janeiro: o teleteatro e suas múltiplas faces*. Juiz de Fora: Editora da UJFJ – OP.COM, 2005.
- CARNEIRO, G. *Brasil, primeiro – História dos Diários Associados*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 1999.
- CASTRO, J. de A. *Tupi: pioneira da televisão brasileira*. Brasília: Fundação Assis Chateaubriand, 2000.
- FEDERICO, M. E. B. *História da comunicação: rádio e TV no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1982.
- FREIRE FILHO, J.; VAZ, P. (orgs). *Construções do tempo e do outro: representações e discursos midiáticos sobre alteridade*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.
- FÍGARO, R. *A nossa próxima atração*. S/D. Disponível em: <<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/Comedu/article/viewFile>>. Acesso em 10 out. 2009.
- JORGE, F. *Getúlio Vargas e seu tempo*. São Paulo: Editora T. A. Queirós, 1986. 2 v.
- KLAGSBRUNN, M.; REZENDE, B. (orgs). *A telenovela no Rio de Janeiro 1950-1963, Quase Catálogo n 4*. Rio de Janeiro: CIEC–UFRJ–MIS, 1991.
- LORÊDO, J. *Era uma vez... a televisão*. São Paulo: Alegro, 2000.

MATTOS, S. *A televisão no Brasil: 50 anos de história [1950-2000]*. Salvador: Editora PAS-Edições Ianamá, 2000.

_____. *História da televisão brasileira*. Petrópolis: Vozes, 2002.

MATTOS, D. J. L. *O espetáculo da cultura paulista – Teatro e TV em São Paulo: 1940-1950*. São Paulo: Códex, 2002.

MONTENEGRO, F. *Fernanda Montenegro: depoimento [mai. 1997]*. Entrevistadora: Maria Cristina Brandão de Faria. In: BRANDÃO, C. *O grande teatro Tupi do Rio de Janeiro: o teleteatro e suas múltiplas faces*. Juiz de Fora: Editora da UJFJ – OP.COM, 2005.

NASSER, D. *O velho capitão e outras histórias reais*. Rio de Janeiro: Editora O Cruzeiro, 1961.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PASCHOAL, F. J. *Getúlio Vargas e o DIP: a consolidação do “marketing político” e da propaganda no Brasil*. Disponível em: <<http://www.virtu.ufjf.br/artigo%207a14.pdf>>. Acesso em: 10 jul. 2009.

PRIOLLI, G. *Televisão e vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985.

RAMOS, F.; MIRANDA, L. F. *Enciclopédia do cinema brasileiro*. São Paulo: Editora SENAC, 1997.

REZENDE, G. J. de. *Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000.

SIMÕES, I.; COSTA, A. H. da; KEHL, M. R. *Um país no ar: história da TV brasileira em três canais*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SODRÉ, M. *A Comunicação do Grotesco, um ensaio sobre a cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1972.